



## DIVISIÓN CORPORATIVA

Nos referimos al Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor (en adelante referido únicamente como el “Reglamento”) publicado recientemente en el Diario Oficial de la Federación el día 3 de agosto de 2006, para lo cual mediante el presente hacemos de su conocimiento las disposiciones relevantes que deben ser consideradas por ustedes en relación con el ramo de su empresa.

La Ley Federal de Protección al Consumidor (en adelante referida únicamente como la “Ley”), contiene un capítulo que hace mención a la información y publicidad de bienes, productos o servicios, con el fin de que los consumidores obtengan la información necesaria respecto a los bienes, productos o servicios que van a adquirir, y que en todo caso la publicidad que se efectúe sobre los mismos no induzca al consumidor a adquirir dichos bienes, productos o servicios con base en un engaño o error, mediante publicidad que se denomina engañosa o abusiva. La Ley define la publicidad engañosa o abusiva como aquella información o publicidad engañosa o abusiva aquella que se refiere a características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo ser verdaderas o no, inducen a error o confusión por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.

En términos generales la Ley ordena que la información y publicidad de bienes, productos o servicios que se difunda por cualquier medio debe ser veraz, comprobable y exenta de efectos que puedan inducir al error o confusión, prohibiendo para dicho efecto los convenios, códigos de conducta o cualquier otra forma de colusión entre proveedores, publicistas o cualquier grupo de personas para restringir la información que se pueda proporcionar a los consumidores.

Tocante a la publicidad comparativa entre productos o servicios, que pueden ser incluso de la misma marca, la Ley prohíbe que la misma sea engañosa o abusiva.

La Ley otorga a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (en adelante únicamente referida como “Profeco”), diversas prerrogativas de revisión o sanción que puede ejercer de oficio o a instancia de parte interesada, con el fin de proteger al consumidor.

Dentro de las prerrogativas de Profeco está el ordenar la suspensión de la publicidad que viole las disposiciones de la Ley, ordenar la corrección de la publicidad contraria a la Ley, o imponer las sanciones previstas por la misma Ley, mediante un procedimiento administrativo previsto en la misma Ley.

El Reglamento, en su artículo 23 proporciona una definición de publicidad comparativa como aquella que coteja, confronta o compara a dos o más bienes, productos o servicios similares o idénticos entre sí, sean o no de una misma marca, con el fin de evitar una ambigüedad y obtener una mayor precisión en lo que se entiende por publicidad comparativa a fin de regular o sancionar la información o publicidad comparativa que sea contraria a la Ley.

A su vez, el Reglamento en su artículo 24, impone como regla para iniciar el procedimiento administrativo respectivo cuando la Profeco tiene conocimiento de posibles infracciones a la Ley en materia de información o publicidad, indicando que se debe ordenar al proveedor que en la publicidad o información que se difunda, se indique que la veracidad de la misma no ha sido comprobada ante la autoridad competente.

Por lo que se refiere a los Contratos de adhesión, que en su caso sean utilizados conforme a la práctica comercial, el Capítulo X de la Ley, los describe como el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato, y que no puede implicar prestaciones

desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de la Ley.

Los contratos de adhesión, en términos generales deben inscribirse ante la Profeco por disposición de la Ley o de Normas Oficiales Mexicanas si la Secretaría de Comercio estima que implican o pueden implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento, o voluntariamente, si así lo desea el proveedor.

En términos de la Ley, los Contratos de Adhesión debe incluir por escrito o por vía electrónica los servicios adicionales, especiales, o conexos, que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico.

Cualquier diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante la Profeco y el utilizado en perjuicio de los consumidores, se tendrá por no puesta.

La sanción por no registrar ante la Profeco los Contratos de adhesión cuando sea obligatorio, es que dicho Contrato **no producirá efectos contra el consumidor.**

El procedimiento para registrar los Contratos de adhesión es presentarlos ante la Profeco con anterioridad a su utilización, quien se limitará a verificar que los modelos se ajusten a las disposiciones de la Ley o la Norma Oficial Mexicana correspondiente, para emitir su resolución dentro de los 30 días siguientes a la fecha de presentación.

La Profeco, en la tramitación del registro de modelos de contratos de adhesión, podrá requerir al proveedor la aportación de información de carácter comercial necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, siempre y cuando no se trate de información confidencial o sea parte de secretos industriales o comerciales.

Las cláusulas que no pueden contenerse en los Contratos de adhesión y que se tendrán por no puestas, en su caso, son:

- I. Las que permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;
- II. Las que liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;
- III. Las que trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;
- IV. Las que prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;
- V. Las que Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y
- VI. Las que obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

En caso de que la Profeco no emita resolución alguna dentro de dicho plazo, ya sea aprobándolos o sugiriendo modificaciones al mismo, se entenderán aprobados, quedando la Profeco obligada a registrarlos.

El Reglamento en su artículo 41 habla de un Registro Público de Contratos de Adhesión, cuyos lineamientos de organización y funcionamiento serán dados por el Procurador y publicados en el Diario Oficial de la Federación.

A la vez, el Reglamento prevé en el mismo artículo 41 que las cámaras o agrupaciones de proveedores de una rama industrial o comercial podrán inscribir modelos de contratos para que sean adoptados por sus agremiados una vez que den aviso a la Profeco, por escrito o vía electrónica de su adopción.

La Profeco a su vez tiene la facultad de publicar en el Diario Oficial de la Federación, el modelo de aquellos contratos que deban ser registrados de conformidad con disposiciones de la Secretaría de Comercio, a fin de que los proveedores puedan utilizarlos. En caso de que un proveedor pretenda utilizar dicho modelo, deberá dar

aviso a la Profeco sobre la adopción del modelo del contrato para efectos de registro, la adopción del modelo debe ser en su totalidad, cualquier modificación que pretenda hacerse al modelo publicado debe registrarse como si se tratara de un nuevo Contrato de adhesión.

El Reglamento señala en su artículo 41 que el aviso que dé el proveedor para utilizar el modelo publicado por la Profeco puede ser por escrito o por vía electrónica.

En concordancia con lo dispuesto por el artículo 48 del Reglamento, la Profeco efectuará modificaciones a los modelos de Contratos de adhesión que publique en el Diario Oficial de la Federación, cuando las prácticas comerciales así lo requieran o cuando la Norma Oficial Mexicana sea modificada o adicionada. Los proveedores que deseen adoptar el modelo modificado deberán dar aviso a la Profeco por escrito o por vía electrónica.

Las modificaciones a los Contratos de adhesión o a los modelos publicados por la Profeco deben tramitarse conforme a las reglas de registro de Contratos de adhesión.

La Profeco, tratándose de un Contrato de adhesión ya registrado, cuando aprecie que contiene cláusulas que sean contrarias a la Ley o a las normas oficiales mexicanas, la Procuraduría, de oficio o a petición de cualquier persona interesada, procederá a la cancelación del registro correspondiente, mediante el procedimiento administrativo de infracciones a la Ley, siempre y cuando, en atención a lo preceptuado por el artículo 50 del Reglamento, la resolución dictada en el procedimiento administrativo haya quedado firme.

Las anteriores disposiciones del Reglamento son aquellas que deben ser consideradas por las empresas que se dedican a publicidad, relacionadas con las disposiciones de la Ley que ya eran conocidas y que deben a la vez ser observadas.