



## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

**MARGARITA SALDAÑA HERNÁNDEZ  
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA  
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO  
I LEGISLATURA  
P R E S E N T E**

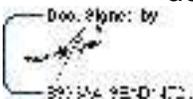
El que suscribe Diputado Fernando José Aboitiz Saro, integrante de la Asociación Parlamentaria del Partido Encuentro Social del Congreso de la Ciudad de México, I Legislatura, con fundamento en lo establecido en los artículos 122 Apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29, Apartado D, incisos a, b, y c, Apartado E numeral 1, de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II y 13 fracción LXVII de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracciones I y II, 95, 96, 118, 325 y 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de este Pleno la siguiente:

**INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 17 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, AL TENOR DE LO SIGUIENTE:**

**I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA QUE LA INICIATIVA PRETENDE RESOLVER:**

El servicio de cobranza fue y sigue siendo un gran problema para los usuarios de servicios financieros y para los consumidores de diversos servicios. Anteriormente, los despachos de cobranza hacían de las suyas con tal de intimidar a las personas y obligarlas a que pagaran los créditos o servicios contratados, hasta llegar al grado de hostigarlos por llamadas telefónicas, correspondencia o correos electrónicos en las que señalaban un posible embargo.

Entre enero de 2007 y mayo de 2014, se registraron 188 mil 942 quejas en CONDUSEF en materia de gestión de cobranza indebida, de las cuales un 65.1%, es decir, 122 mil 990, corresponden a actos de molestia a clientes que no son los deudores del crédito atrasado, otro 18.5%, que son 35 mil 93, se refiere a la gestión de los agentes con maltrato y ofensas para los deudores, en tanto que el 14.1% restante, unos 26 mil 447 se originan porque, a pesar de que las personas ya han





## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

pagado el crédito en cuestión, los despachos les siguen llamando de forma reiterada.<sup>1</sup>

Sin embargo, en 2014 la legislación se reformó con la finalidad de regular a estos despachos para evitar violaciones y arbitrariedades que afectaran los derechos de los consumidores y usuarios. Dentro de los aspectos que se regularon destacan:

- Las llamadas telefónicas a deshoras;
- El demandar el pago de la deuda a menores de edad o adultos mayores;
- El uso de conductas agresivas y de palabras altisonantes, e incluso el amenazar con cárcel a los deudores; etc.

No obstante, las instituciones financieras y las empresas prestadoras de servicios han encontrado una nueva forma de notificar el adeudo y realizar su cobro, ahora mediante mensajes de texto (SMS) a teléfonos celulares, práctica que se ha convertido en un nuevo hostigamiento para los deudores.

Por este motivo, es importante evitar esta práctica que, si bien puede ser usada eficientemente, también puede usarse al grado de hostigar a los usuarios y consumidores como lo es hoy en día.

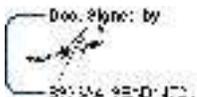
## II. PROBLEMÁTICA DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO:

No se detecta problemática desde la perspectiva de género.

## III. ARGUMENTOS QUE LA SUSTENTAN:

Dentro de los grandes retos que tienen las instituciones bancarias y los prestadores de servicios es tener un contacto efectivo con el usuario o consumidor. Por ello, han hecho uso de medios tradicionales como enviar correspondencia mediante el servicio postal, llamadas telefónicas al número registrado, o por correo electrónico.

A través de estos medios, se informa a los clientes sobre publicidad, promociones, cobranza, etc., esto con la finalidad de mantenerlos informados y tener un canal de



DocuSign: by <https://www.gob.mx/condusef/prensa/prepara-condusef-cambios-para-regular-la-gestion-de-los-despachos-de-cobranza>



## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

comunicación. Sin embargo, las instituciones bancarias y los prestadores de servicios en muchas ocasiones han abusado de estas prácticas al grado de hostigar a los clientes con llamadas, cartas y correo no deseado, afectando sus derechos.

A estas alturas de los avances tecnológicos, deseáramos que las diversas empresas e incluso universidades, dejaran de enviarnos la enorme cantidad de mensajes publicitarios que se reciben en nuestros teléfonos móviles o correos electrónicos personales; lo que en diversas ocasiones constituyen son estrategias de mercadotecnia en la que una empresa utiliza el teléfono o cualquier otro medio de comunicación como los correos electrónicos personales, para contactar con clientes potenciales y comercializar los productos y servicios, acaba convirtiéndose en un verdadero acoso, por lo que se han tenido que crear diversas plataformas para bloquear llamadas, correos electrónicos publicitarios o mensajes de texto no deseados.

En algunos casos, pueden llegar tantos anuncios publicitarios al teléfono móvil o correos electrónicos personales que abusan de los permisos o autorizaciones que se les da a las empresas y en el peor de los casos que algún tipo de código maligno que afectan nuestras computadoras o son mensajes mediante los cuales se cometen fraudes en perjuicio de nuestro patrimonio.

Es de todos conocidos que la publicidad no deseada que recibimos es una de las cosas más molestas con las que tenemos que lidiar cuando estamos utilizando nuestros teléfonos móviles para navegar por internet o nuestros correos personales y que afecta incluso nuestra productividad.

A los avances en la tecnología de la comunicación, al internet, le ha seguido la incursión de los mercados que utilizan este medio a fin de promoverse mediante los mensajes publicitarios. Abundan las páginas con contenido publicitario tan cargados que provocan la ralentización de los equipos, esto es, reducen la velocidad de estos, se genera una gran cantidad de publicidad, avisos o estrategias de mercado que aparecen de pronto y además causan redirecciones de una página a otra. Se abren nuevas pestañas y ventanas de manera automática sin el consentimiento del usuario, lo cual genera molestias pues mediante a ofertas de viaje, concursos, descuentos en tiendas departamentales, cambios de compañía telefónica, utilizan indebidamente nuestros datos personales e invaden nuestra intimidad personal.

Doc. Signed by  
59:3A 9E-D 472



## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

A este respecto, es interesante lo que realiza la Procuraduría Federal del Consumidor, mediante las cuales se evitan estas prácticas abusivas:

### ACCIONES

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) cuenta con el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) con el que en máximo 30 días dejarás de recibir publicidad de todo tipo.

Registra tu número

Para que tu línea telefónica esté registrada en el REPEP, tienes tres opciones y todas son gratuitas:

-Llamar desde el teléfono fijo o celular que deseas “proteger” al número 96 28 00 00 (Valle de México, Guadalajara y Monterrey) o al 01 800 96 28 000 para el resto del país.

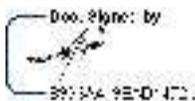
-Comunicarte a la línea del Consumidor (de Profeco), cuyos teléfonos son: 5568 8722 para la Ciudad de México y área metropolitana, o al 01 800 46 88 722 del interior de la República, en un horario de lunes a viernes de 09:00 a 18:00 horas.

### ¿Qué tipo de publicidad quieres eliminar?

-Si elegimos registrar nuestra línea desde nuestro número, escucharemos un menú. El número uno es para inscribir el teléfono al REPEP, el dos es para presentar denuncias contra las compañías publicitarias y el cuatro para cancelar el bloqueo, por si en algún momento te arrepientes de no recibir llamadas o mensajes comerciales.

El marcar el número uno, nos dará otro menú. En él, te preguntan qué tipo de material no deseas recibir.

El primero es del sector de telecomunicaciones, el segundo es de tipo turístico, el tercero es del comercial y el cuarto es para no recibir ninguno de los anteriores.

Doc. Signed by  
  
69D4AB21-AAB4-49C3-A32B-FAF0FCA68260



## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

-Si llamas a la línea de Profeco, selecciona el número seis del primer menú. Posteriormente, marca el número uno, donde te inscribirás al programa. En el siguiente paso te aparecerán las mismas opciones que si llamas directamente de tu línea; pincha el uno.

Posteriormente, también te dará las opciones para seleccionar qué tipo de contenidos publicitarios no quieres recibir.

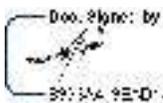
-Si tu opción fue vía internet, podrás elegir también qué tipo de publicidad no deseas ver ni escuchar jamás en tus teléfonos. Según la Profeco, las compañías del sector turístico, de telecomunicaciones o de comercio están obligadas a suspender sus mensajes a tu línea telefónica en un plazo máximo de 30 días.

Según Profeco, en diez años se han registrado casi dos millones de números telefónicos al programa y se atendieron tres mil 483 denuncias contra los sectores de telecomunicaciones, comercio y turismo.

El propósito del REPEP, además de **bloquear la publicidad** que no desean recibir los usuarios, es proteger su información personal para que no sea utilizada por otras empresas de mercadotecnia. <sup>2</sup>

La base de dichas acciones se sustenta en la Ley Federal de Protección al Consumidor, misma que tiene por objeto promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procura la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, señalando en su artículo 1° fracción VII, el principio básico en las relaciones de consumo, la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

Es en ese contexto que consideramos que la excesiva publicidad que nos hacen llegar las empresas proveedoras ya sea en los teléfonos móviles o correos electrónicos personales, constituye una publicidad abusiva que afecta los derechos del consumidor, como ya se mencionó en párrafos anteriores.



<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/tres-pasos-para-blindar-tu-celular-de-la-publicidad>



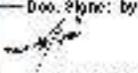
## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Pero eso no es todo, las empresas proveedoras llegan al extremo de utilizar los teléfonos móviles o correos electrónicos para hacernos del conocimiento que tenemos algún adeudo con ellas, señalando que procederán a su cobro, o reiterando que la fecha de pago está por vencer, lo cual es totalmente indebido. En todo caso, las empresas están obligadas a recabar del usuario de forma expresa, clara e inequívoca su consentimiento a recibir publicidad, para lo cual evitarán enviar publicidad no deseada, además de que no deben utilizar dichos medios electrónicos para pretender realizar cobros de supuestos o reales adeudos.

Cabe destacar por ejemplo en el caso de los cobros indebidos, que las empresas de telefonía móvil como Telcel y ATT reciben 16 mil 889 quejas anuales de usuarios ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) por mala calidad de servicio ofertado, fallas, cobros indebidos sin informar sobre futuras modificaciones o alteraciones que pudiera tener la contratación, señalando un plazo para pagar por el plazo acordado, pero resulta que ese plazo carece de base jurídica dejando en estado de indefensión al consumidor, ya que si no paga le es cortada la línea telefónica y reportado como un deudor ante el buró de crédito, en franca transgresión a los derechos del consumidor.

Como se encuentra dispuesto la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor es el organismo competente para la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos de carácter personal relativa a la publicidad de los anunciantes, de tal forma que la publicidad no deseada que las empresas nos envíen, se deduce que están utilizando nuestros datos personales sin el consentimiento claro e inequívoco asentado en el documento correspondiente donde conste dicho consentimiento, hecha excepción desde luego cuando dicha cesión o transmisión de datos personales sea determinada por una autoridad judicial.

Así las cosas, la Procuraduría Federal del Consumidor es el organismo descentralizado competente para la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos de carácter personal relativa a la publicidad de los anunciantes, motivo por el cual, presentamos esta iniciativa con el objeto de adicionar un párrafo al artículo el artículo 17 de la Ley Federal de Protección al Consumidor para que quede expresamente prohibida la conducta de las empresas consistentes en enviar publicidad no deseada o que lleven a cabo cobros indebidos a través de las plataformas electrónicas.

Doc. Signed by  
  
 89:3A:9E-D:472



**DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO**

#### **IV. FUNDAMENTO LEGAL Y EN SU CASO SOBRE SU CONSTITUCIONALIDAD Y CONVENCIONALIDAD:**

La presente iniciativa se presenta con fundamento en lo establecido en los artículos 122 Apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29, Apartado D, incisos a, b, y c, Apartado E numeral 1, de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II y 13 fracción LXVII de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracciones I y II, 95, 96, 118, 325 y 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México.

#### **V. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO DE LEY O DECRETO;**

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 17 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

#### **VI. ORDENAMIENTOS A MODIFICAR;**

Se propone reformar el artículo 17 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

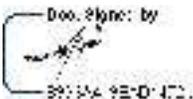
#### **VII. TEXTO NORMATIVO PROPUESTO;**

**ÚNICO:** Se reforma el artículo 17 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 17.- ...

...

**Asimismo, queda prohibida la práctica de utilizar información sobre consumidores con fines de cobro a través de direcciones electrónicas, teléfonos móviles o por cualquier otro medio, así como condicionar la prestación de servicios a la autorización para recibir publicidad, cobros o cualquier otro mensaje a través de dichos medios.**



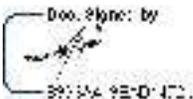


## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

A efecto de dar claridad a las reformas propuestas, se presenta la siguiente tabla comparativa.

TEXTO VIGENTE	PROPUESTA DE REFORMA
<p>ARTÍCULO 17.- En la publicidad que se envíe a los consumidores se deberá indicar el nombre, domicilio, teléfono y, en su defecto, la dirección electrónica del proveedor; de la empresa que, en su caso, envíe la publicidad a nombre del proveedor, y de la Procuraduría.</p> <p>El consumidor podrá exigir directamente a proveedores específicos y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, no ser molestado en su domicilio, lugar de trabajo, dirección electrónica o por cualquier otro medio, para ofrecerle bienes, productos o servicios, y que no le envíen publicidad. Asimismo, el consumidor podrá exigir en todo momento a proveedores y a empresas que utilicen información sobre consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios, que la información relativa a él mismo no sea cedida o transmitida a terceros, salvo que dicha cesión o transmisión sea determinada por una autoridad judicial.</p>	<p>ARTÍCULO 17.- ...</p> <p>...</p> <p>Asimismo, queda prohibida la práctica de utilizar información sobre consumidores con fines de cobro a través de direcciones electrónicas, teléfonos móviles o por cualquier otro medio, así como condicionar la prestación de servicios a la autorización para recibir publicidad, cobros o cualquier otro mensaje a través de dichos medios.</p>

## TRANSITORIOS





## DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

**PRIMERO.** – En ejercicio de la facultad conferida a este Congreso contenida en el artículo 71, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y del artículo 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, remítase a la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión para los efectos a que haya lugar.

**SEGUNDO.** - El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**TERCERO.** - Publíquese en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México y en el Diario Oficial de la Federación para su máxima difusión.

Dado en el Pleno del Congreso de la Ciudad de México, en el mes de septiembre de dos mil veinte.

Doc. Signe: by  
[Signature]  
2019/09/08 10:42

**DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO**