



**PROCURADURÍA FEDERAL**

**DEL CONSUMIDOR**

Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

**Asunto:** Se emite exhorto y se concluye expediente.

México, D.F., a 04 de octubre de 2011

**Representante y/o apoderado legal de  
Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.  
Carretera Picacho Ajusco número 130, PH 902  
Colonia Jardines de la Montaña  
México Distrito Federal C.P. 14210**

Con fundamento en los artículos 1 párrafos primero, segundo y tercero fracciones III, VII y IX, 2, 6, 10, 13, 20, 22, 24 fracciones I, II, XIV y XIX y XXII, 25 fracciones I y II, 32 y 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (publicada en el Diario Oficial de la Federación -DOF- de 24 de diciembre de 1992 y sus reformas); artículo Sexto tercer párrafo del Acuerdo por el cual se delegan facultades a favor de los servidores públicos de la Procuraduría Federal del Consumidor que se indican (publicado en el Diario Oficial de la Federación -DOF- el 13 de diciembre de 2010); en relación con los diversos artículos 1, 2, 10, 11 fracciones II y III del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor (publicado en el -DOF- de 03 de agosto de 2006); 1, 2, 3, 4 fracción XII y último párrafo, 6, 17 fracciones IV, XI, XII, XIV y XVI del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor (publicado en el -DOF- de 16 de julio de 2004 y sus reformas); 1, 2, 3 fracción I, 7 fracciones IV, VIII y XII y 15 del Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor; Fe de errata al Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor publicado el 10 de julio de 2006 (publicada en el Diario Oficial Federación de 12 de julio de 2006); Acuerdo por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, (publicado en el -DOF- el 21 de julio de 2010); Nota Aclaratoria al Acuerdo por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, publicado el 21 de julio de 2010 (publicada en el -DOF- el 22 de diciembre de 2010), se emite el siguiente exhorto y se acuerda la conclusión del expediente abierto en contra de **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, conforme a lo siguiente.

## **ANTECEDENTES**

1. La Procuraduría Federal del Consumidor, como organismo descentralizado de servicio social, tiene la facultad de promover y proteger los derechos de los consumidores, así como aplicar las medidas necesarias para proporcionar esa protección. Facultades otorgadas por la Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento.



Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

**PROCURADURÍA FEDERAL**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**DEL CONSUMIDOR**

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

La Ley de referencia en su artículo 1 señala cuales son los principios básicos de las relaciones de consumo, entre los que se encuentran; la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen; así como 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.

En esta tesitura el capítulo Tercero de la Ley Federal de Protección al Consumidor regula la publicidad que se difunda por cualquier medio masivo de comunicación, señalando que la información que se difunda debe ser veraz, comprobable, exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen o cualquier otra descripción que por sus características induzca o pueda inducir a error o confusión a los consumidores, por engañosa o abusiva; estimándose en el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que el consumidor es inducido a error o confusión cuando la información o publicidad es inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa, como se desprende de la transcripción que a continuación se realiza de dicho artículo:

*"Artículo 32. La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.*

*Para los efectos de esta ley, se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.*

*La información o publicidad que compare productos o servicios, sean de una misma marca o de distinta, no podrá ser engañosa o abusiva en términos de lo dispuesto en el párrafo anterior. La Procuraduría podrá emitir lineamientos para la verificación de dicha información o publicidad a fin de evitar que se induzca a error o confusión al consumidor".*

- 2. El 15 de marzo de 2011, mediante oficio número SPS/DGP/DPN/0215/2011, la Dirección de Publicidad y Normas adscrita a la Dirección General de Procedimientos de la Subprocuraduría de Servicios de esta Procuraduría Federal del Consumidor, emitió requerimiento de información al proveedor **Kellogg Company México, S.**

José Vasconcelos 208, Piso 12, Col. Condesa, Del. Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06140  
tel. + 52 (55) 56256700 [www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx)

V  
f



Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**PROCURADURÍA FEDERAL**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**DEL CONSUMIDOR**

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

de R.L. de C.V., en relación a la publicidad del producto denominado "Choco Krispis".

Dicho oficio fue notificado el 23 de marzo de 2011, previo citatorio del día hábil anterior.

3. En el referido oficio, se requirió a la proveedora **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, que acreditara con prueba idónea en relación al producto denominado "Choco Krispis", de acuerdo a la siguiente transcripción:

*"2.2. A continuación se presenta un análisis de los contenidos publicitarios referidos en el numeral 1.1, constante de textos, imágenes y sonidos:*

- a) La pieza publicitaria se desarrolla como ficción cuya trama es el robo del "fortalcio plus" el cual es perpetrado por un villano llamado "Plásmatron", los "héroes" de la historia descubren el robo y tratan de impedirlo.*
- b) En las escenas contenidas en los numerales 1.1.6, 1.1.7 y 1.1.8 el villano al obtener el "fortalcio plus" dice la frase "...por fin huesos fuertes".*
- c) En secuencia, la escena del numeral 1.1.13, contiene las frases "Si fuéramos más grandes", "Y fuertes"; las cuales son dichas por los niños que protagonizan la referida ficción, a consecuencia de no poder destapar una gran coladera por donde previamente escapó el villano con el "fortalcio plus".*
- d) En secuencia, dentro de las escenas contenidas en los numerales 1.1.14 y 1.1.15 mientras se presenta en imagen la caja del cereal denominado "Choco Krispis" el cual se transforma en cereal y es impactado por un chorro de un líquido blanco el cual aparenta ser leche; se encuentra la frase "Necesitan comer bien para crecer".*
- e) En secuencia de imagen contenida en los numerales 1.1.16 y 1.1.17, el cereal es presentado en forma de un tazón transparente el cual es llenado con lo que se presume es leche ya que se acompaña del texto "Choco Leche" y la frase "Choco Krispis tiene fortalcio plus".*
- f) En la siguiente escena contenida en los numerales 1.1.18 y 1.1.19 mientras el personaje conocido como "Melvin" levanta la coladera por donde escapó el villano se escucha la frase "el calcio los ayuda a crecer grandes y fuertes".*
- g) La ficción termina en la escena número 1.1.21 donde el personaje conocido como "Melvin" al presentar la caja del cereal denominado "Choco Krispis" dice: "Crece grande y fuerte Choco Krispis".*

2.3. *La secuencia global de la ficción desglosada en el numeral que antecede pudiera inducir al consumidor a pensar que:*

2.3.1 *El "fortalcio plus" es una fuente de calcio.*

V  
L



**PROCURADURÍA FEDERAL**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**DEL CONSUMIDOR**

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

**"2011, Año del Turismo en México"**

*2.3.2 Como se informa que "Choco Krispis" tiene "forticalcio plus" y que el calcio ayuda a crecer grandes y fuertes, por secuencia lógica de ideas se pudiera interpretar que "Choco Krispis" al contener calcio, te ayuda a crecer grande y fuerte.*

*Por lo anterior, el proveedor debe acreditar que el producto denominado "Choco krispis" ayuda a crecer grande y fuerte".*

Para el cumplimiento del requerimiento de información referido se concedió un plazo de diez días hábiles, mismo que corrió del 24 de marzo al 07 de abril de 2011, sin contar los días 26 y 27 de marzo, así como 2 y 3 de abril de 2011, por ser sábados y domingos.

4. El 06 de abril de 2011, se recibió en la Dirección General de Procedimientos adscrita a la Subprocuraduría de Servicios de la Procuraduría Federal del Consumidor, escrito de contestación, suscrito por el C. Alejandro Ostos Fulda, en su carácter de apoderado de **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, el cual acreditó su personalidad con copia certificada de la escritura número 30,749 (treinta mil setecientos cuarenta y nueve) de fecha 17 de febrero de 2010, otorgada ante la fe del Lic. Enrique Burgos Hernández, Notario Público Número 3 en San Juan del Río, del estado de Querétaro; mediante el cual solicitó una prórroga.

El escrito de referencia fue acompañado entre otros, por los siguientes anexos:

- Sustentación Claim Choco Krispis, elaborado por la nutrióloga Rocío Campos Vega; constante de 15 fojas útiles por una cara.
- Copias simples del artículo "Importancia de una buena nutrición de calcio durante la niñez" por Santiago Muzzo Benavides; constante de 6 fojas útiles por una cara.
- Copias simples de un artículo denominado "Nutrición y osteoporosis. Calcio y vitamina D", elaborado por el Prof. José Manuel Quesada Gómez, constante de 18 fojas útiles.
- Copias simples del artículo "Influencia de la ingesta de calcio y fósforo sobre la densidad mineral ósea en mujeres jóvenes" Archivos Latinoamericanos de Nutrición, Volumen 54, No. 2, Págs. 203-208, año 2004, Órgano Oficial de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición, elaborada por Beatriz Basabe Tuero; constante de 6 fojas útiles por una cara.
- Copias simples del artículo "El fosforo en los pastizales de la región NEA" publicado en Noticias y comentarios en Julio de 2004, constante de 5 fojas útiles por una cara.



Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

**PROCURADURÍA FEDERAL**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**DEL CONSUMIDOR**

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

- Copias simples del Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No alcohólicas dirigidas al público infantil; constante de 32 fojas útiles por una cara.
  - Consulta previa de mensaje publicitario expedido por la CONAR con número de folio CPK-3109-2; constante de una foja útil por una cara.
5. En virtud de lo anterior, mediante acuerdo contenido en el oficio número SPS/DGP/DPN/0286/2011 de 14 de abril de 2011, se le concedió una ampliación de plazo por diez días hábiles y se previno para presentar la traducción al idioma español del certificado de análisis del producto.
6. El 12 de mayo de 2011, se recibió en la Dirección General de Procedimientos adscrita a la Subprocuraduría de Servicios de la Procuraduría Federal del Consumidor, escrito de contestación, suscrito por el C. Juan Carlos Soto Montemayor, en su carácter de apoderado de **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, el cual acreditó su personalidad con copia certificada de la escritura número 30,749 (treinta mil setecientos cuarenta y nueve) de fecha 17 de febrero de 2010, otorgada ante la fe del Lic. Enrique Burgos Hernández, Notario Público Número 3 en San Juan del Río, del estado de Querétaro.

El escrito de referencia fue acompañado por el siguiente anexo:

- Copia certificada de la traducción al idioma castellano del "Certificado de Análisis con número de reporte 188376-0". Elaborado por la perito autorizada Lic. Ma. Eugenia B. Iturrarán de la Fuente; constante de 2 (dos) fojas útiles por una sola cara.
7. El 19 de mayo de 2011, se recibió en la Dirección General de Procedimientos adscrita a la Subprocuraduría de Servicios de la Procuraduría Federal del Consumidor, escrito de contestación, suscrito por el C. Juan Carlos Soto Montemayor, en su carácter de apoderado de **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

El escrito de referencia fue acompañado por los siguientes anexos:

- Copia certificada de la sentencia de fecha 9 de febrero de 2011, dictada por la Séptima Sala Regional Metropolitana del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, en el expediente 13212/10-17-07-8; constante de 8 (ocho) fojas útiles por ambas caras.
- Copia simple de la publicación denominada "Suplemento de calcio en pediatría, hechos o suposiciones"; constante de 1 (una) foja útil por una sola cara.

V  
L



**PROCURADURÍA FEDERAL**

**DEL CONSUMIDOR**

Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

8. En virtud de lo anterior mediante oficio número SPS/DGP/0365/2011 de 26 de mayo de 2011, se solicitó al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, el análisis de las pruebas ofrecidas por la referida proveedora.
9. El 12 de julio de 2011, fue recibido en la Dirección General de Procedimientos en oficio número SPV/LNPC/DIQB/0426/2011, conteniendo las siguientes manifestaciones:

*"Presenta escrito donde indica que el anuncio relata una aventura del personaje ficticio Melvin, junto con dos niños reales a efecto de proteger el Forticalcio plus del "plasmaton" (sic) y que es sólo un juego que pretende fomentar la creatividad, imaginación y capacidad de juego de los niños y que esto no está prohibido. Y que independientemente de lo anterior el comercial en estudio fomenta la sana alimentación con la frase "Como bien para crecer" y que el personaje Melvin refuerza esto con la frase "necesitas comer bien para crecer."*

*Presenta en ingles certificado de análisis elaborado por COVANCE con a fecha de 18 de enero del 2010 con número de reporte 188376-0 en cual indica que del resultado del análisis por ICP Espectrometría de emisión de calcio es 4380 ppm siguiendo los métodos 984.27 y 985.01 descritos en el AOAC 18 th edición 2005, además de copia certificada de la traducción del documento.*

*Presenta documento llamado Sustentación Claim Choco Krispis elaborado por la Nutrióloga Roció (sic) Campos Vega para soportar la frase "Ayuda a que tus hijos crezcan con huesos grandes y fuertes" debido a un cambio en la fuente de calcio: fosfato tricálcico por carbonato de calcio, ya que este último presenta mayor disponibilidad. Este documento presenta las siguientes conclusiones: "La fortificación de alimentos con calcio es imperante en la población infantil mexicana, debido principalmente, a que el consumo de este mineral se encuentra por debajo del límite de adecuación"; "Esta revisión muestra que el fosfato tricálcico, utilizado generalmente para la fortificación de alimentos, presenta menor absorción respecto a la leche y a otras fuentes de calcio"; "Existen (sic) suficiente información que demuestra que el carbonato de calcio presenta mayor porcentaje de absorción en comparación con el fosfato tricálcico (a la misma concentración) incluso, en porcentajes similares de la leche"; "Tomando en cuenta que la absorción no refleja completamente la biodisponibilidad del calcio en el organismo, diversos estudios científicos demuestran que el carbonato de calcio, además de ser mejor absorbido, disminuye la desmineralización ósea en la edad adulta" y "Por lo tanto, el carbonato de calcio es una fuentes(sic) de calcio recomendable para la fortificación de alimentos, debido a sus alto (sic) porcentaje de absorción y viabilidad de almacenamiento en el hueso. Lo anterior ayuda a mantener huesos fuertes y a mantener el crecimiento saludable del esqueleto, de primordial importancia durante la niñez". Indica que con esta prueba se acredita las funciones y beneficios del calcio, el cual ayuda a la formación de huesos y al crecimiento y desarrollo del cuerpo.*

*Presenta documento titulado "importancia de una buena nutrición de calcio durante la niñez" escrito por Profesor Sergio Muzzo Benavides, profesor titular de la Universidad de Chile, en el cual concluye que "un adecuado peso de nacimiento, una nutrición adecuada*

321

✓  
f



PROCURADURÍA FEDERAL

DEL CONSUMIDOR

322  
Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

"2011, Año del Turismo en México"

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

*de proteínas, calorías y de calcio, una actividad física suficiente, junto a un buen estado de salud, constituyen las condiciones ideales para expresar al máximo el potencial de mineralización ósea, obtener una masa ósea máxima lo más alta posible a la edad de adulto joven y así retrasar la edad de aparición de la osteoporosis, disminuyendo la morbimortalidad por fracturas del adulto mayor".*

*Presenta artículo titulado "Nutrición y osteoporosis. Calcio y vitamina D" escrito por Quesada Gómez JM y Sosa Henríquez M revista Osteoporosis Metab Miner 2010, en el cual se revisa la evidencia que sustenta la implicación de calcio y vitamina D en la salud del hueso y en el tratamiento de la osteoporosis.*

*Presenta artículo titulado "Influencia de la ingesta de calcio y fósforo sobre la densidad mineral ósea en mujeres jóvenes" escrito por Baetrix (sic) Basabe Tuero, María del Carmen Mena Valverde, Aranzazu Aparicio Vizueté, Ana María López Sobaler y rosa (sic) María Ortega Anta de los Archivos Latinoamericanos de nutrición Órgano Oficial de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición, en el cual se trabaja sobre la masa ósea alcanzada durante la juventud en la población femenina resulta importante por la mayor susceptibilidad de este grupo de población de padecer osteoporosis. Con el objeto de conocer la relación entre la ingesta de calcio, fósforo y productos lácteos y la densidad mineral ósea (DMO) se estudiaron 87 mujeres de la comunidad de Madrid con edades comprendidas entre los 18 y 35 años el consumo de lácteos e ingesta de Calcio y fósforo se valoró aplicando encuestas 3 días y la DMO se determinó mediante densitometría fotónica doble en zona lumbar, cadera y antebrazo. Concluyendo "Puede señalarse que un mayor consumo de calcio está relacionado con una densidad mineral ósea superior en la región de la cadera, región cuyas fracturas están asociadas a una mayor morbi-mortalidad. Por otra parte, la ingesta de calcio de la población estudiada es claramente mejorable y las ingestas recomendadas óptimas para la salud del hueso quizá deben ser replanteadas. Además una mayor relación Ca/P favorece la mineralización ósea y se debe reconocer a la leche, dentro de los productos lácteos, como un alimento con gran influencia en la mejora del estado óseo".*

*Presenta documento titulado "El fósforo en los pastizales de la región NEA", publicado en Noticias y Comentarios de Julio 2004 no. 388 ISSN no. 0327-3059 en el cual se presenta a manera de conclusión: "Los análisis químicos efectuados en los pastizales naturales de la Región NEA, han mostrado que el elemento Fósforo es un factor limitante para producción de ganado vacuno, en todo Corriente, N de entre Ríos, S de Misiones y E de Formosa, siendo necesario corregirla mediante el suministro de mezclas minerales con Fósforo y sal, para lograr aumento en la producción de carne, en los establecimientos dedicados a la ganadería."*

*Presenta documento titulado "Código PABI" el cual es el código de autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas no alcohólicas dirigidas al público infantil, donde se encuentran todos los artículos que rigen este código.*

*Presenta documento que se titula "Consulta Previa de mensaje publicitario" con número de folio CPK-3109-2 del CONAR (Consejo Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR A.C. donde indican como conclusiones que: "De acuerdo al análisis realizado con base en el Código PABI, el material visto no supone ninguna transgresión" y "Observación: Artículo*

José Vasconcelos 208, Piso 12, Col. Condesa, Del. Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06140  
tel. + 52 (55) 56256700 [www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx)



Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

**PROCURADURÍA FEDERAL**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**DEL CONSUMIDOR**

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

*12, 22, 23 y 24 De no contar con el sustento técnico adecuado para soportar las características y los beneficios del "Forticalcio"*

*Presenta copia de la sentencia definitiva, dictada por la Séptima Sala Regional Metropolitana del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa en el expediente 13212/10-17-07-8, en la cual "se declara la nulidad lisa y llana de las resoluciones impugnadas precisadas en el Resultado primero de este fallo"*

*Presenta documento titulado "Suplemento de calcio en pediatría hechos o suposiciones" escrito por el profesor M. Moya de la Universidad San Juan de Alicante, en el cual indica "el aporte de una dieta normal media de nuestros niños y jóvenes, en general, puede considerarse suficiente. Respecto al aporte extra del calcio existe un cierto componente ventajoso en el mismo, pero éste no debe ser suficiente como para estimular al imprudente ni confundir al crédulo".*

En consecuencia a lo anterior el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, emitió la siguiente opinión:

*"El certificado de análisis presentado demuestra que el producto Choco Krispis contiene Calcio, así como el documento de sustentación de Claims explica que el producto Choco Krispis contiene Forticalcio Plus y que éste es Carbonato de Calcio, por lo que queda demostrado que el "Forticalcio es una fuente de Calcio". Los demás estudios presentados demuestran que el calcio es importante para la mineralización ósea, La (sic) información demuestra la importancia del calcio en la alimentación, pero no comprueba que "El Calcio ayuda a crecer grande y fuerte", sólo comprueba que "El calcio ayuda a que tus hijos crezcan con hueso grandes y fuertes".*

Por lo anterior, se emite el siguiente:

**ACUERDO**

**Primero**

- a) Dada la respuesta emitida por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, en la cual pronuncia como opinión que "El certificado de análisis presentado demuestra que el producto Choco Krispis contiene Calcio, así como el documento de sustentación de Claims explica que el producto Choco Krispis contiene Forticalcio Plus y que éste es Carbonato de Calcio, por lo que queda demostrado que el "Forticalcio es una fuente de Calcio"; se tiene por acreditada por lo que no se presumen violaciones al artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- b) Con relación a las frases "el calcio los ayuda a crecer grandes y fuertes", "Crece grande y fuerte Choco Krispis" y la acreditación de que el producto denominado "Choco krispis" ayuda a crecer grande y fuerte"; se tiene que la respuesta emitida por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, indica que los estudios presentados demuestran que el calcio es importante para la mineralización ósea, así

José Vasconcelos 208, Piso 12, Col. Condesa, Del. Cuauhtémoc, México, D.F., C.P. 06140  
tel. + 52 (55) 56256700 [www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx)

V  
T





PROCURADURÍA FEDERAL

DEL CONSUMIDOR

324  
Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

"2011, Año del Turismo en México"

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

como la importancia del calcio en la alimentación, pero no comprueba que "El Calcio ayuda a crecer grande y fuerte", sólo comprueba que "El calcio ayuda a que tus hijos crezcan con huesos grandes y fuertes".

En efecto, se le otorga pleno valor probatorio a la opinión técnico-científica emitida por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor adscrito a la Subprocuraduría de Verificación de la Procuraduría Federal del Consumidor, como resultado del análisis de las pruebas ofrecidas por la proveedora **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, toda vez que constituye un documento público que hace prueba plena de los hechos legalmente afirmados por la autoridad, en términos de lo dispuesto por el artículo 202 del Código Federal de Procedimientos Civiles, aplicado supletoriamente a la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en los términos de los artículos 1 segundo párrafo y 2 de esta última ley, que a su vez se aplica supletoriamente a la Ley Federal de Protección al Consumidor, conforme a lo dispuesto en el diverso artículo 20 de la ley citada en último término. Lo anterior, considerando las facultades del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, para realizar análisis de productos con el objeto de dictaminar técnicamente lo conducente respecto al cumplimiento de la ley.

Por lo que, para que esta Procuraduría Federal del Consumidor esté en posibilidad de iniciar el procedimiento por infracciones a la ley previsto en el artículo 123 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, debe contar con hechos ciertos, claros y objetivos que permitan determinar si hubo o no infracción a algún precepto de la ley.

### Segundo

Por tanto, **se exhorta** a **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, para que modifique en su futura publicidad, las frases "el calcio los ayuda a crecer grandes y fuertes", "Crece grande y fuerte Choco Krispis", o cualquiera similar, **indicando claramente que son los huesos y no los niños, los que pudieran crecer grandes y fuertes.** Y así, cumpla cabalmente con la Ley Federal de Protección al consumidor, en toda la publicidad que emita y difunda por cualquier medio o forma sea veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas; especialmente en la publicidad que va dirigida al público infantil.

### Tercero

Dígasele a **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, que se gira el presente exhorto, atendiendo a lo dispuesto en el artículo 24 fracción I, de la Ley Federal de Protección al Consumidor que establece que esta Procuraduría Federal del Consumidor tiene como atribución promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar



PROCURADURÍA FEDERAL

DEL CONSUMIDOR

Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

"2011, Año del Turismo en México"

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

El artículo 24 fracción I, establece:

**Artículo 24.** "La Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

- I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores (...)"

Se le informa a la referida proveedora que esta autoridad revisa la publicidad que difunden las proveedoras que hayan sido exhortadas para cumplir con lo estipulado en la Ley Federal de Protección al Consumidor en materia de publicidad, mediante monitoreos periódicos, y de encontrarse publicidad que pudiera contravenir las disposiciones de dicha ley, procederá conforme a las atribuciones que la misma le confiere e iniciará de oficio el procedimiento por infracciones a la ley que establece el artículo 123 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que se les invita a poner mayor esmero en la revisión de la publicidad que difundan, a fin de evitar que se publique información que pueda inducir a error o confusión a la población consumidora, por engañosa o abusiva.

Asimismo, se le informa a la referida proveedora que toda frase publicitaria debe cumplir con proporcionar la información adecuada y clara sobre los productos que se publicitan, con la especificación correcta de cantidad, características, composición y calidad, lo cual es uno de los principios básicos en las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores, de acuerdo a lo establecido en el artículo 1, fracción III de la Ley Federal de Protección al Consumidor que a la letra dice:

**Artículo 1.** "La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

(...)

- III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;

325

V  
L



**PROCURADURÍA FEDERAL**

**DEL CONSUMIDOR**

Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

**Cuarto**

Una vez notificado el presente acuerdo a **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, archívese el expediente como un asunto total y definitivamente concluido.

**Quinto**

Con fundamento en el artículo 104 fracción VI de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se ordena que el presente acuerdo se notifique personalmente a **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, en el domicilio ubicado en Carretera Picacho Ajusco número 130, PH 902, Colonia Jardines de la Montaña, México Distrito Federal C.P. 14210.

**Sexto**

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 3 fracción XV, y 39 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, aplicada supletoriamente a la Ley Federal de Protección al Consumidor, conforme a lo dispuesto en los artículos 1 segundo párrafo y 2 de la ley mencionada en primer término, en relación con lo dispuesto en el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se señala que contra este acto administrativo definitivo procede el recurso de revisión, en los términos de los artículos 135 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y 83 de la citada Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Es de resaltar que el recurso de revisión se deberá interponer en el plazo de 15 días, a que se refiere el artículo 85 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

El escrito de interposición de recurso de revisión deberá presentarse ante la autoridad que emite el presente acto, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 86 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

**Séptimo**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 fracción XIV de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de aplicación supletoria, se señala a **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, que el expediente en que se actúa puede ser consultado en las oficinas que ocupa la Dirección General de Procedimientos con domicilio en Avenida José Vasconcelos 208, piso 12, Colonia Condesa, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06140, México, Distrito Federal.

Así lo acordó y firma la Maestra Viridiana Martínez Pacheco, Directora de Publicidad y Normas, adscrita a la Director General de Procedimientos, de la Subprocuraduría de

Handwritten signature or initials in blue ink.



**PROCURADURÍA FEDERAL**

**DEL CONSUMIDOR**

Procuraduría Federal del Consumidor  
Subprocuraduría de Servicios  
Dirección General de Procedimientos  
Dirección de Publicidad y Normas

**"2011, Año del Turismo en México"**

Expediente: PFC.B.B.13/000017/2011  
Oficio: SPS/DGP/DPN/0967/2011

**Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**

Servicios de esta Procuraduría Federal del Consumidor, con fundamento en los artículos citados en el primer párrafo del presente oficio, asistida por la C. Laura Sharon Braun Guillén, analista de publicidad, adscrita al Departamento de Publicidad.