



**PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR**

193
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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

Asunto: Se emite exhorto y se concluye expediente.

México, D.F., a 28 de septiembre 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

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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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 tesisura 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 14 de marzo de 2011, mediante oficio número SPS/DGP/0167/2011, 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

194

V
7



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

requerimiento de información al proveedor **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, en relación a la publicidad del producto denominado "Zucaritas".

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 "Zucaritas", de acuerdo a la siguiente transcripción:

"2.3.1 Las frases referidas dentro de la pieza publicitaria transmitida por televisión, son las siguientes:

- a) "Ya tienes la energía demuestra que tienes garra"
- b) "Garra es seguir cuando tu cuerpo ya no puede"
- c) "Zucaritas gana con garra"

2.3.2 Las frases referidas dentro de la página de internet, son las siguientes:

- d) "Jugar con garra es jugar con energía"
- e) "¿Y tú cómo recargas tu energía?"
- f) "Puedes tener un gran deseo de victoria pero si no tienes energía en el momento más importante, te hace falta garra para ganar"
- g) "A cualquier hora que entrenes es muy importante desayunar bien; los expertos recomiendan comer 2 o 3 horas antes de realizar cualquier ejercicio"

3. A continuación se presenta un análisis de los contenidos publicitarios monitoreados, constante de textos, imágenes y sonidos:

3.1. Dentro del comercial televisivo, las escenas de los numerales 1.1.1 y 1.1.2, mientras en el fondo los niños realizan ejercicios de calentamiento, se percibe al niño en el vestidor consumiendo lo que se presume es el producto denominado "Zucaritas", dicha presunción se basa en que a un lado del niño se encuentra la caja con el producto y en el fondo de la escena la imagen del personaje animado "el Tigre Toño". Por lo anterior, se estima que podría resultar contradictoria con la información referida en la página de internet contenida en el numeral 2.3.2 inciso g), respecto a que a que "los expertos recomiendan comer 2 o 3 horas antes de realizar cualquier ejercicio", ya que según la frase citada no sería aconsejable comer justo antes de iniciar un partido de fútbol, como transcurre en la escena referida del comercial.

3.2 Respecto a las escenas de los numerales 1.1.9 y 1.1.10 y la frase mencionada en el inciso c) "Ya tienes la energía demuestra que tienes garra", enfocando directamente al niño que consumió el producto por lo que se puede inferir válidamente que la energía

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



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

es obtenida a través del consumo de "Zucaritas" y la garra es el resultado de éste. Por lo consiguiente para tener garra, primero hay que tener la energía que te proporciona el consumo de "Zucaritas"; lo cual es reforzado con la frase de Internet contenida en el numeral 2.3.2 del inciso d) "Jugar con garra es jugar con energía", misma que es acompañada con la imagen de una caja del cereal "Zucaritas".

- 3.3. *Por lo que se refiere a las escenas de los numerales 1.1.11, 1.1.12 y 1.1.13, y la frase contenida en el inciso b) "Garra es seguir cuando tu cuerpo ya no puede", la cual acompaña al niño en un acto "heroico" al salvar su portería de un gol, cabe aclarar la existencia previa de la afirmación "ya tienes la energía" (la cual como se establece en el numeral anterior se infiere que dicha frase se refiere a la obtención de la energía como consecuencia del consumo del producto denominado "Zucaritas"), aunado a lo anterior se puede observar en el comercial un efecto visual en el cual se aprecia "congelada" la imagen del niño que protagoniza dicho comercial y después una explosión de una supuesta "energía". Lo descrito, podría reafirmar en el consumidor la idea de que para ser ganador o realizar actos "heroicos" en el deporte, como el futbol soccer, hay que tener "garra", que como ya se expuso en el numeral anterior, dicha "garra" al parecer se obtiene teniendo energía, la cual a su vez se obtiene consumiendo el producto publicitado "Zucaritas".*
- 3.4. *De las escenas de los numerales 1.1.14 y 1.1.15 y la frase referida en el inciso c) "Zucaritas gana con garra", refuerza el análisis realizado en los numerales que anteceden, ya que se presume que se asocia directamente el ganar o el triunfo con el consumo del producto denominado "Zucaritas".*
- 3.5. *Asimismo de las imágenes de Internet del numeral 2.2., se encontró la frase contenida en el inciso f) "Puedes tener un gran deseo de victoria pero si no tienes energía en el momento más importante, te hace falta garra para ganar", misma que puede ser interpretada de tal forma que el factor para sobresalir en un deporte y ser ganador o exitoso es tener garra que es igual a energía, misma que es proporcionada, conforme a la publicidad analizada, presuntamente por el consumo del producto denominado "Zucaritas". Con lo anterior, podría inferirse que de conformidad al contenido de la publicidad el consumo de "Zucaritas" es la única fuente de energía; asimismo se podría presumir que el mensaje publicitario es: el éxito y la victoria se consigue a través del consumo de "Zucaritas".*

Para el cumplimiento del requerimiento de información referido se concedió un plazo de diez días hábiles, mismo que corrió del 24 de marzo al 06 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

196

V
Z



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

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:

- Carbohidratos: desayuno, salud y actividad física. Zucaritas elaborado por la nutrióloga Rocío Campos Vega; constante de 4 fojas útiles por una cara.
 - 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 al CONAR con folio número CPK-2009, constante de una foja útil por una cara.
 - Copia simple 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.
5. En virtud de lo anterior, mediante acuerdo contenido en el oficio número SPS/DGP/DPN/0285/2011 de 14 de abril de 2011, se le concedió una ampliación de plazo por diez días hábiles.
6. 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 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 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.

7. En virtud de lo anterior mediante oficio número SPS/DGP/0367/2011 de 27 de mayo de 2011, se solicitó al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, el análisis de las pruebas ofrecidas por la referida proveedora.

V
Z



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

8. El 12 de julio de 2011, fue recibido en la Dirección General de Procedimientos en oficio número SPV/LNPC/DIQB/0427/2011, conteniendo las siguientes manifestaciones:

"Presenta escrito donde indica que efectivamente el producto da energía dado que los cereales son carbohidratos y al ingerirlos tales carbohidratos son transformados en energía y hablando que la garra es un estado emocional o motivación del Diccionario de la real academia Española define Garra entre otras como Fuerza, empuje.

Presenta documento llamado Sustentación Carbohidratos: Desayuno, salud y actividad física Zucaritas elaborado por la Nutrióloga Rocío Campos Vega en el cual indica que el desayuno ha sido descrito como el tiempo de comida más importante del día, indicando que éste contribuye al rendimiento cognitivo que mejora la concentración y proporciona energía para la actividad física.

Indicando que los carbohidratos son una fuente de energía más importante en la alimentación humana, contribuyendo entre el 40% y 80% de energía en la dieta; indicando además que las dietas altas en carbohidratos están asociadas con una alimentación saludable dentro de una dieta equilibrada, incluyendo un riesgo menor a padecer obesidad. Existen varios mecanismos por los cuales los carbohidratos pueden mejorar el rendimiento en los ejercicios de resistencia. Mencionando además que a los atletas se les aconseja el consumo de una dieta rica en carbohidratos antes del ejercicio.

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-2009 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 podría no suponer (sic) ninguna transgresión.

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

"La información presentada da soporte a que el cereal es una fuente de carbohidratos y por ende son fuente de energía. El documento "Carbohidratos: Desayuno, salud y actividad física Zucaritas" en el desayuno comprueba que los carbohidratos te proporcionan energía".

Por lo anterior, se emite el siguiente:

198

V
L



**PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR**

199
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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

ACUERDO

Primero

Esta Autoridad procede a analizar la publicidad denunciada:

- a) En lo referente a que la publicidad denunciada presenta que, mientras en el fondo de la escena los niños realizan ejercicios de calentamiento, se percibe al niño en el vestidor consumiendo lo que se presume es el producto denominado "Zucaritas", lo anterior resultaría contradictorio a las recomendaciones vertidas en la página de internet referentes a que "los expertos recomiendan comer 2 o 3 horas antes de realizar cualquier ejercicio". Se considera que, si bien es cierto, pudiera presumirse que la información presentada pudiera resultar contradictoria, ocasionando error o confusión al consumidor, se tiene que dicha información se encuentra presentada en diferentes medios lo que podría considerarse que dentro de la página de internet de referencia se complementa la información con recomendaciones que pudieran ser en beneficio del público consumidor.

Por lo anterior, no se considera que las escenas y la información presentada, viole lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; sin embargo ya que la publicidad va dirigida al público infantil, la escena conjunta de niños haciendo calentamiento mientras al frente un niño consume el producto denominado Zucaritas; pudiera inducir a error o confusión a este sector de la población. Por lo anterior la proveedora deberá tener un cuidado especial en la posible percepción de la publicidad en el público infantil, ya que como lo señala el artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se entiende por consumidor a la persona física que disfruta como destinatario final los bienes, siendo en este caso la población infantil.

- b) En lo referente a lo señalado en los numerales 3.2, 3.3, 3.4 y 3.5 del requerimiento emitido con número de oficio SPS/DGP/0167/2011 de 14 de marzo de 2011, relativo a la relación que se presenta derivada del consumo del producto a la obtención de energía, se tiene que:

Dada la respuesta emitida por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, la cual emite como opinión que "La información presentada da soporte a que el cereal es una fuente de carbohidratos y por ende son fuente de energía. El documento "Carbohidratos: Desayuno, salud y actividad física Zucaritas" en el desayuno comprueba que los carbohidratos te proporcionan energía"; se tiene por acreditada por lo que no se presumen violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

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



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

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.

En efecto, 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.

- c) Con relación a la presunción de que el mensaje publicitario pudiera ser que el éxito y la victoria se consigue a través del consumo de "Zucaritas, relacionado con la obtención de energía, se tiene que si bien resulta cierto que como quedó informado en el numeral que antecede el cereal es fuente de energía, por lo que no se presume la violación al artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, también lo es, que dicha energía no es resultado exclusivo del producto de referencia, por lo que, la proveedora deberá tener especial cuidado al no emitir mensajes que se pudieran interpretar con la asociación de la necesidad del consumo del producto para lograr un objetivo específico, o bien para adquirir una superioridad física o social; lo anterior tomando en cuenta la percepción que puede tener el consumidor infantil a quien va dirigida la publicidad y resulta ser el destinatario final del producto de referencia y con lo cual pudiera inducir a error o confusión al consumidor.

Segundo

Dados los antecedentes expuestos, se tiene que si bien es cierto, la publicidad de la proveedora **Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V.**, no se presumen violaciones al artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, también lo es, que derivado al público a quien va dirigida dicha publicidad, pudiera causar error o confusión de no presentarse en forma clara, y ya que el sector infantil resulta vulnerable por la manera artificiosa en que interpretan o perciben la realidad, la publicidad que va dirigida a dicho público, no deberá de contener aseveraciones que los induzcan a error referente a las características del producto o desarrollarles falsas expectativas, de igual

V
J



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

forma su publicidad no deberá inducir a pensar que el producto denominado Zucaritas posee características particulares, cuando estas se obtengan con el consumo de cualquier cereal.

Por tanto, **se exhorta** a Kellogg Company México, S. de R.L. de C.V., para que cumpla 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. El presente exhorto se realiza a efecto de ser observado en toda la publicidad futura de la proveedora.

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 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:

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

201

v
f



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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

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;

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.

202

V
f



**PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR**

203
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.13/000016/2011
Oficio: SPS/DGP/DPN/0960/2011

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

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 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.