

Ciudad de México, 6 de diciembre de 2019

LIC. ALFONSO GUATI ROJO SANCHEZ  
DIRECTOR GENERAL DE NORMAS  
SECRETARIA DE ECONOMIA  
P R E S E N T E .

LIC. CESAR E. HERNANDEZ OCHOA  
COMISIONADO NACIONAL  
COMISION NACIONAL DE MEJORA REGULATORIA  
P R E S E N T E .



Estimado señores:

Sirva la presenta para enviarles algunos comentarios al Anteproyecto de Modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010 Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados – Información comercial y Sanitaria, elaborados por la Comisión de Normalización y Evaluación de la Conformidad de Concamin, donde estamos presentes en el Comité Consultivo Nacional de Normalización de la Secretaría de Economía.

Nuestros comentarios van dirigidos a algunos puntos de carácter comercial del anteproyecto, dejando que los temas de ingredientes, fórmulas, valores, etc. los opine la Comisión de Salud de la propia Concamin, representada en el Comité de Salud correspondiente.

Agradeciendo la atención a la presente.

**A t e n t a m e n t e ,**



**Ing. FRANCISCO J. REED Y MARTIN DEL CAMPO**  
Presidente de la Comisión de Normalización y  
Evaluación de la Conformidad

c.c. Ing. Francisco Cervantes – Presidente Concamin

**Confederación de Cámaras Industriales  
de los Estados Unidos Mexicanos**  
Manuel María Contreras 133  
Col. Cuauhtémoc 06500, Ciudad de México  
Tel.: (55) 5140 7800  
concamin.mx



**CONCAMIN**

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

	PROYECTO DE NORMA (DOF 11/14)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
I.	3.49 superficie principal de exhibición es aquella área de la etiqueta donde se encuentra la denominación y la marca comercial del producto, entre otros, y sus dimensiones se calculan conforme a la NOM-030-SCFI-2006 (ver 2.3 Referencia normativa).	3.49 superficie principal de exhibición es aquella área de la etiqueta, <b>exceptuando las áreas de sellado y empalme,</b> donde se encuentra la denominación, <b>y</b> la marca comercial del producto, <b>y el contenido; entre otros,</b> y sus dimensiones se calculan conforme a la NOM-030-SCFI-2006 (ver Referencias normativas 2.1 y 2.3).	<b>Se solicita realizar la siguiente propuesta de texto, para no considerar aquellas áreas en donde la información no es legible.</b>
II.	4.1.4 En la etiqueta de los alimentos y de las bebidas no alcohólicas que cumplan con lo establecido en 4.5.3 de este Proyecto de Modificación a la Norma Oficial Mexicana, no debe incluirse en forma escrita, gráfica o descriptiva que dichos productos, su uso, sus ingredientes o cualquier otra característica están recomendados, respaldados por sociedades o por asociaciones profesionales.	Propuesta de redacción: 4.1.4 En la etiqueta de los alimentos y de las bebidas no alcohólicas que cumplan con <b>alguno de los supuestos</b> <del>he</del> establecidos en 4.5.3 de este Proyecto de Modificación a la Norma Oficial Mexicana, no debe incluirse en forma escrita, gráfica o descriptiva que dichos productos, su uso, sus ingredientes o cualquier otra característica están recomendados, respaldados por sociedades o por asociaciones profesionales <b>en lo referente únicamente al nutrimento que cumpla con la Tabla 6 del presente Anteproyecto.</b>	La información comercial se refiere a la información necesaria para la toma de decisiones por parte del consumidor y la misma debe ser veraz y comprobable; en términos de etiquetado, esta información puede ser el Contenido Neto; Denominación legal así como toda la información necesaria para ayudar a la toma de decisiones, sin inducir a error o engaño al consumidor. El alcance del término "información comercial" se ha limitado a lo descrito anterior, no se había tenido un alcance de tal envergadura. 1. El nombre comercial del producto, el logo y el personaje son parte de la marca. Bajo el Acuerdo sobre los Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, firmado en Marrakech, Marruecos, el 15 de abril de 1994 y del que México es parte desde 1995) se establece que (art. 20) "no

**DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria**

**Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019**



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>se complicará injustificablemente el uso de una marca de fábrica o de comercio en el curso de operaciones comerciales con exigencias especiales, como por ejemplo el uso con otra marca de fábrica o de comercio, el uso en una forma especial o el uso de una manera que menoscabe la capacidad de la marca para distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas. Esa disposición no impedirá la exigencia de que la marca que identifique a la empresa productora de los bienes o servicios sea usada juntamente, pero no vinculadamente, con la marca que distinga los bienes o servicios específicos en cuestión de esa empresa.”</p> <p>2. Por otra parte, el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC) establece en su regla 2.2 que “Los Miembros se asegurarán de que no se elaboren, adopten o apliquen reglamentos técnicos que tengan por objeto o efecto crear obstáculos innecesarios al comercio internacional. A tal fin, los reglamentos técnicos no restringirán el comercio más de lo necesario para alcanzar un objetivo legítimo, teniendo en cuenta los riesgos que crearía no alcanzarlo. Tales objetivos legítimos son, entre otros: los imperativos de la seguridad nacional; la prevención de prácticas que puedan inducir a error; la protección de la salud o seguridad humanas, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medio ambiente. Al evaluar esos riesgos, los elementos que es pertinente tomar en consideración son, entre otros: la información disponible científica y técnica, la tecnología de elaboración conexa o</p>



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>los usos finales a que se destinen los productos.”</p> <p>De acuerdo con el dictamen de la Comisión de Salud de la Cámara de diputados con la leyenda de advertencia “Las personas dispondrán así de una herramienta entendible para poder tomar su elección plenamente informados y en libertad, con una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características de los productos alimenticios que consume.” La NOM estaría yendo más allá de lo que establecería la Ley y del espíritu de la reforma (ratio legis), al pretender ELIMINAR los personajes y las promociones. La sanción sería doble para el particular en violación de la regulación interna y la internacional.</p> <p>En el párrafo cuarto del artículo 32 (último párrafo) de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece: “Queda prohibido incluir en la información o publicidad en la que se comercialice un producto o servicio, toda leyenda o información que indique que han sido avalados, aprobados, recomendados o certificados por sociedades o asociaciones profesionales, cuando éstas carezcan de la documentación apropiada que soporte con evidencia científica, objetiva y fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas.”</p> <p>Del mismo modo, el principio a la legalidad se encuentra referenciado en el artículo 6º de la Ley General de Mejora</p>

DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
 Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>Regulatoria, al señalar que los sujetos obligados – como lo son la Secretaría de Economía y la Secretaría de Salud –, en la expedición de regulaciones deberán respetar, entre otros, el principio de legalidad. De emitirse esta disposición en sus términos este principio no se estaría salvaguardando.</p> <p>Se propone texto que acote al nutrimento específico.</p> <p><b>LEPC: Artículo 32:</b> Queda prohibido incluir en la información o publicidad en la que se comercialice un producto o servicio, toda leyenda o información que indique que han sido avalados, aprobados, recomendados o certificados por sociedades o asociaciones profesionales, cuando éstas carezcan de la documentación apropiada que soporte con evidencia científica, objetiva y fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas. <i>Párrafo adicionado DOF 11-01-2018</i></p> <p>La Procuraduría podrá emitir lineamientos para el análisis y verificación de dicha información o publicidad a fin de evitar que se induzca a error o confusión al consumidor, considerando el contexto temporal en que se difunde, el momento en que se transmite respecto de otros contenidos difundidos en el mismo medio y las circunstancias económicas o especiales del mercado.</p>



PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
<p>III. 4.1.5 En la etiqueta de los productos preenvasados que incluya algún sello no se deberán utilizar personajes, dibujos, celebridades, regalos, ofertas, juguetes o concursos, ofertas relacionadas con el precio o el contenido, juegos visuales especiales o anuncios de redes sociales del producto, que fomenten su consumo.</p>	<p><b>Se solicita homologar conforme al Marco de Propiedad Intelectual establecido en el TMEC.</b></p>	<p>En el análisis y verificación de la información o publicidad, la Procuraduría comprobará que la misma sea veraz, comprobable, clara y apegada a esta Ley y a las demás disposiciones aplicables. <i>Párrafo adicionado DOF 13-05-2016</i></p> <p>Art. 2,87, 88 y 89 LPI, 28 y 133 Const. 1 y 2 Conv. París</p> <p>133 Const.-Las leyes del Congreso de la Unión que emanan de ella y los tratados que estén de acuerdo a la misma son LEY SUPREMA</p> <p>2 LPI. Proteger la PI mediante <b>regulación y otorgamiento de marcas</b></p> <p>87 LPI.-cualquier persona física o moral puede hacer uso de marcas en la industria, comercio o servicios que presten, cuya exclusividad se obtiene mediante su registro ante el IMPI</p> <p>89 LPI.-Regula los signos que pueden constituir una marca entre ellos: elementos figurativos combinación de colores, signos holográficos, elementos de imagen y diseño, combinación de los signos descritos.</p> <p>Transgrede los derechos adquiridos de los titulares de registro de marcas;</p> <p>No permite el pleno ejercicio de los derechos marcarios de los titulares para su uso en el comercio en los productos amparados por aquellos concedido por el Estado Efecto retroactivo artículo 14 Constitucional.</p> <p>Impedirían al Licenciatario el uso de obras, tales como dibujos, caricaturas y/o personajes, y lesionaría a su autor pues no podría ejercer sus derechos patrimoniales protegidos por una Ley Federal y la Declaración Universal de los Derechos Humanos (artículo 27).</p>

DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
 Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>Los derechos autorales están considerados como un derecho humano, el estado les reconoce los derechos que tienen sobre ellas, ya sean morales o patrimoniales.</p> <p>Antes de constituirse como marcas, son obras artísticas en términos del Convenio de Berna y artículo 13 de la Ley Federal sobre Derechos de Autor.</p> <p>Invade el derecho humano del autor a obtener ganancias económicas derivadas de su creatividad.</p> <p><b>Artículo 143 LFDA:</b> Los titulares de reserva de derechos al uso exclusivo de personales, no podrían ejercer la prerrogativa otorgada por el Estado para su uso y explotación, lo cual es INCONSTITUCIONAL por tratarse de un derecho adquirido y a su vez reconocido en una norma jerárquicamente superior (artículo 14 y 133 Constitucional).</p> <p><b>Impide el libre ejercicio de la actividad comercial de la empresa.</b></p> <p>Tiene por finalidad evitar el aumento de las ventas de la empresa, lo que es un impacto negativo a la actividad comercial, desconociendo el derecho que se tiene de comercializar a través de los medios comerciales que se determine aún y cuando la actividad comercial es lícita y legalmente permitida.</p> <p>No existe razonamiento que justifique su prohibición, y mucho menos puede estar contemplada en un acto administrativo reglamentario.</p> <p><b>Se limita la comercialización de los productos pues esta atiende y se ejecuta en gran parte con base en la publicidad, no hay razonamiento alguno que justifique su prohibición, mucho menos cuando tiene por objetivo disminuir la venta</b></p>



PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p><b>de los productos que legalmente fabrican las empresas</b></p> <p>La promulgación de una disposición como la analizada (regla 4.1.5 del proyecto de modificación de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010), transgrede lo dispuesto por las citadas leyes, constituyendo una violación que es atacable mediante juicio de amparo, al tratarse de disposiciones superiores jerárquicamente en el sistema de eficacia de las normas jurídicas que consagra la Constitución.</p> <p><b>Art. 46 y 47 de LFPC</b></p> <p>Protegen y reconocen los derechos de los proveedores a utilizar propagandas u ofertas para la enajenación de sus productos.</p> <p><b>Capítulo IV</b></p> <p><b>De las promociones y ofertas</b></p> <p><b>ARTÍCULO 46.-</b> Para los efectos de esta ley, se consideraran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:</p> <p>I. Con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio;</p> <p>II. Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido;</p> <p>III. Con figuras o leyendas impresas en las tapas, etiquetas, o envases de los productos o incluidas dentro de aquéllos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse; y</p> <p>IV. Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares.</p> <p>Por "oferta", "barata", "descuento", "remate" o cualquier otra expresión similar se entiende el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o</p>

**DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria**

**Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN**  
**Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019**



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>inferiores a los normales del establecimiento.</p> <p><b>ARTÍCULO 47.</b> - No se necesitará autorización ni aviso para llevar a cabo promociones, excepto cuando así lo dispongan las normas oficiales mexicanas, en los casos en que se lesionen o se puedan lesionar los intereses de los consumidores.</p> <p><i>Párrafo reformado DOF 04-02-2004</i></p> <p>No podrán imponerse restricciones a la actividad comercial en adición a las señaladas en esta ley, ni favorecer específicamente las promociones u ofertas de proveedores determinados.</p> <p>En particular, la LFPC remite a una Norma Oficial Mexicana (la <b>NOM-028-SCFI-2007, Prácticas Comerciales-Elementos de información en las promociones coleccionables y/o promociones por medio de sorteos y concursos</b>) en donde se establece un mecanismo de presentación de un aviso previo y por escrito ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) por parte de los proveedores de bienes o servicios, cuando estos últimos pretendan llevar a cabo una promoción de las señaladas en dicha NOM. <b>En dicho aviso previo se precisan las características de la promoción respectiva, lo cual permite a la Profeco salvaguardar los intereses y derechos de los consumidores.</b></p> <p>Así la <b>NOM-028-SCFI-2007</b>, regula tanto las promociones por medio de sorteos y concursos (en adición a la obligación de obtener el permiso correspondiente de la Secretaría de Gobernación en términos de la Ley Federal de Juegos y Sorteos, <u>Y su Reglamento</u>), así como las promociones coleccionables.</p>



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>Podemos concluir que el marco jurídico vigente ya establece los medios para salvaguardar los derechos de los consumidores en el caso de promociones comerciales consistentes en sorteos y concursos, así como las promociones coleccionables, por lo que pretender crear legislación o regulación adicional resultaría redundante y una carga innecesaria para las actividades económicas.</p> <p><b>Art. 1 Const</b></p> <p>La autoridad la obligación de ampliar el contenido y alcance de los derechos reconocidos a favor de los gobernados y suprimir aquellas disposiciones que limiten injustificadamente aquellos, por lo que se prohíbe la emisión de actos que limiten, restrinjan o desconozcan el alcance y la tutela de derechos a favor de los particulares.</p> <p><i>Es contrario al principio de progresividad</i></p> <p><b>Art. 25 y 28 Const.</b></p> <p>Garantías de libre concurrencia y competencia. (toda práctica anticompetitiva que inhiba la libre concurrencia o competencia entre sí).</p> <p>Impide fomentar la venta de alimentos y bebidas que contengan "sellos" y no así a productos con mismo fin "alimentario" pero sin sellos. (diferenciación de trato).</p> <p>Permite que algunos sectores si utilicen los medios idóneos para la publicidad y comercialización de sus productos.</p> <p>El numeral 4.1.5 implica graves violaciones constitucionales y transgrede disposiciones de tratados internacionales, la Ley de la Propiedad Industrial (LPI) y la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA), al restringir el</p>



**CONCAMIN**

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>derecho del comerciante a utilizar elementos propios del lenguaje comercial habitual, y emplear elementos distintivos y promocionales que por Ley puede y debe utilizar.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de marcas.</li><li>○ Prevenir los actos de atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal.</li><li>○ Proteger y fomentar el derecho de autor.</li></ul> <p>a) <u>Propiedad Industrial</u></p> <p>En efecto, de conformidad al artículo 87 de la Ley de la Propiedad Industrial, "cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto."</p> <p>Por su parte, el artículo 128 del mismo ordenamiento, determina que "la marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada o con modificaciones que no alteren su carácter distintivo. El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca. Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro. Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho. Vinculando lo señalado por ambos preceptos, podemos</p>



**CONCAMIN**

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>claramente concluir que es un derecho del comerciante usar marcas en el comercio para distinguir sus productos o servicios, y que, de no hacerse uso del derecho correspondiente, la Ley lo sanciona con la pérdida del derecho.</p> <p>La función de la marca, según lo declarado por el artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial es la de distinguir productos o servicios, lo que claramente constituye una ventaja para los consumidores, al poder seleccionar, precisamente, el producto de su preferencia, sin caer en el error o el engaño. Privar a un empresario de la posibilidad de identificar sus productos empleando sus signos identificadores equivale a denostar el vínculo que la empresa ha forjado con sus clientes a lo largo del tiempo, por medio de sus marcas.</p> <p>Es importante recordar que el artículo 88 mencionado con anterioridad contempla como marca todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.</p> <p><u>b) Derechos de autor</u></p> <p>Por su parte, debe atenderse también al contenido de los artículos 173 fracción III con relación al artículo 191 de la Ley Federal del Derecho de Autor, que en materia de protección de personajes reconoce como derecho del</p>



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>titular usarlos, y sanciona con la pérdida del derecho el no acreditar su empleo.</p> <p>La promulgación de una disposición como la enunciada en el numeral 4.1.5, transgrede lo dispuesto por las citadas leyes (LPI y LFDA), constituyendo una violación que es atacable mediante juicio de amparo, al tratarse de disposiciones superiores jerárquicamente en el sistema de eficacia de las normas jurídicas que consagra la Constitución. A su vez representaría una abierta violación a diversos derechos fundamentales consagrados por nuestra Constitución, en particular los atinentes a la libertad de trabajo y libertad de expresión, que habilitarían la interposición de juicios de amparo bajo la modalidad de ser normas autoaplicativas.</p> <p><i>c) Tratados Internacionales</i></p> <p>Asimismo, se considera que las disposiciones comentadas violaran lo dispuesto en tratados internacionales, que establecen el principio general que las restricciones al comercio deben guardar el principio de proporcionalidad. Podemos considerar que el numeral 4.1.5 es claramente desproporcionado en relación al supuesto efecto benéfico que pretende alcanzar ésta norma.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio de la OMC (ADPIC), el cual señala en su artículo 8 que: "1. Los Miembros, al formular o modificar sus leyes y reglamentos, podrán adoptar las medidas necesarias para</li> </ul>



**CONCAMIN**

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>proteger la salud pública y la nutrición de la población, o para promover el interés público en sectores de importancia vital para su desarrollo socioeconómico y tecnológico, <u>siempre que esas medidas sean compatibles con lo dispuesto en el presente Acuerdo.</u></p> <p>2. Podrá ser necesario aplicar medidas apropiadas, siempre que sean compatibles con lo dispuesto en el presente Acuerdo, para prevenir el abuso de los derechos de propiedad intelectual por sus titulares o el recurso a prácticas que limiten de manera injustificable el comercio o redunden en detrimento de la transferencia internacional de tecnología.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- A tratados de libre comercio en materia de protección a los derechos de propiedad intelectual e industrial.</li><li>- Por otro lado, no se observa ninguna limitante de seguridad, técnica – científica o jurídica que impida que los productos que cumplan disposiciones jurídicas sean ofrecidos a título gratuito o con una promoción o utilicen mecanismos como ofertas o concursos. Es decir, si un producto cumple con todas las disposiciones normativas sobre inocuidad, seguridad, información nutrimental, e incluso que ese producto es de libre venta, no se observa ninguna condición que imposibilite su ofrecimiento a título gratuito o mediante una promoción, y máxime cuando estos hechos son en beneficio del consumidor.</li></ul>

DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCF/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria



**Concamin**

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La naturaleza de elementos como regalos, ofertas, concursos, etc., es brindar la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio.</li> <li>- Prohibir estos elementos no solo limita el uso y disfrute de un derecho de propiedad intelectual, sino que además de inhibe el desarrollo intelectual de los autores y evita coadyuvar a aportar elementos distintivos entre los productos hacia los consumidores.</li> </ul> <p>La fracción XI, artículo 3 y el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN) determinan qué elementos deben regularse a través de una norma, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La nomenclatura, expresiones, abreviaturas, símbolos, diagramas o dibujos que deberán emplearse en el lenguaje técnico industrial, comercial, de servicios o de comunicación.<sup>1</sup></li> <li>- La determinación de la información comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene y requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalaje y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario.<sup>2</sup></li> </ul> <p>Como se puede observar, el apartado 4.1.5 del proyecto de norma contiene elementos que no son del orden de la NOM-051,</p>

<sup>11</sup> Artículo 40, fracción VIII, LFMN

<sup>2</sup> Artículo 40, fracción XII, LFMN

DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria



Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

**CONCAMIN**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN								
		<p>sino que compete a áreas de propiedad industrial e intelectual, de carácter mercantil y de protección al consumidor, a saber:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1117 1289 1156 1486">Elemento</th> <th data-bbox="1117 1486 1156 1955">Regulaciones en las que se encuentra</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="997 1289 1117 1486">Personaje</td> <td data-bbox="997 1486 1117 1955">Figura regulada en la Ley Federal del Derecho de Autor, artículo 173: "Personaje humano de caracterización, o ficticio o simbólicos". Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca.<sup>3</sup></td> </tr> <tr> <td data-bbox="876 1289 997 1486">Dibujos</td> <td data-bbox="876 1486 997 1955">Figura regulada en la LFDA, artículo 13, fracción V. Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca.<sup>4</sup></td> </tr> <tr> <td data-bbox="756 1289 876 1486">Celebidades</td> <td data-bbox="756 1486 876 1955">Figura regulada en la Ley Federal del Derecho de Autor, artículo 173: "Personaje humano de caracterización, o ficticio o simbólicos". Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca.<sup>5</sup> <i>Nota:</i> En la estrategia se podría alertar a las asociaciones de marcas, licencias y autores.</td> </tr> </tbody> </table>	Elemento	Regulaciones en las que se encuentra	Personaje	Figura regulada en la Ley Federal del Derecho de Autor, artículo 173: "Personaje humano de caracterización, o ficticio o simbólicos". Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca. <sup>3</sup>	Dibujos	Figura regulada en la LFDA, artículo 13, fracción V. Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca. <sup>4</sup>	Celebidades	Figura regulada en la Ley Federal del Derecho de Autor, artículo 173: "Personaje humano de caracterización, o ficticio o simbólicos". Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca. <sup>5</sup> <i>Nota:</i> En la estrategia se podría alertar a las asociaciones de marcas, licencias y autores.
Elemento	Regulaciones en las que se encuentra									
Personaje	Figura regulada en la Ley Federal del Derecho de Autor, artículo 173: "Personaje humano de caracterización, o ficticio o simbólicos". Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca. <sup>3</sup>									
Dibujos	Figura regulada en la LFDA, artículo 13, fracción V. Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca. <sup>4</sup>									
Celebidades	Figura regulada en la Ley Federal del Derecho de Autor, artículo 173: "Personaje humano de caracterización, o ficticio o simbólicos". Dependiendo el caso, puede también estar regulada a través de la Ley de la Propiedad Industrial, como marca. <sup>5</sup> <i>Nota:</i> En la estrategia se podría alertar a las asociaciones de marcas, licencias y autores.									

<sup>3</sup> Entendiéndose como marca: "[T] todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase del mercado".

<sup>4</sup> Entendiéndose como marca: "[T] todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase del mercado".

<sup>5</sup> Entendiéndose como marca: "[T] todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase del mercado".



PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN	
		<p>Regalos</p> <p>Ofertas relacionadas con el precio</p> <p>Concursos</p>	<p>El término "regalo" está regulado en nuestro sistema mexicano bajo las figuras de "donación" o "promoción": El Código Civil Federal la define como "[C]ontrato por el que una persona transfiere a otra, gratuitamente, una parte o la totalidad de sus bienes presentes".<sup>6</sup></p> <p>El artículo 46 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que "se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios: I. Con el incentivo de promocionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio; II. Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido; [...]".</p> <p>Consumidor señala que "se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>I. Con el incentivo de promocionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio;</li> <li>II. Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido;</li> <li>III. Con figuras o leyendas impresas en las</li> </ol>



**CONCAMIN**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>tapas, etiquetas, o envases de los productos o incluidas dentro de aquéllos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse; y</p> <p>IV. Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares.</p> <p>Por "oferta", "barata", "descuento", "remate" o cualquier otra expresión similar se entiende el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento."</p> <p><b>Juguetes</b></p> <p>Dependiendo del caso, un juguete puede estar regulado por la Ley Federal del Derecho de Autor o por la Ley de la Propiedad Industrial (v.gr. Marca, modelos de utilidad, diseños industriales, entre otros)</p> <p><b>Respeto a los elementos de propiedad industrial e intelectual</b></p> <p>Esta <b>prohibición es violatoria</b> a:</p> <p>La Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley Federal de la Propiedad Industrial, las cuales mandatan la protección del Estado a elementos de propiedad industrial e intelectual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de marcas.<sup>7</sup></li> <li>○ Prevenir los actos de atenten contra la propiedad industrial o que constituyan</li> </ul>

<sup>7</sup> Artículo 2, fracción V de la LPI.

DOCUMENTO DE COMENTARIOS AL PROYECTO NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019



**concamin**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
		<p>competencia desleal.<sup>8</sup></p> <p>o Proteger y fomentar el derecho de autor.<sup>9</sup></p> <p>Al Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio de la OMC (TRIPS, por sus siglas en inglés), el cual señala en su artículo 8 que:</p> <p>“1. Los Miembros, al formular o modificar sus leyes y reglamentos, podrán adoptar las medidas necesarias para proteger la salud pública y la nutrición de la población, o para promover el interés público en sectores de importancia vital para su desarrollo socioeconómico y tecnológico, <b>siempre que esas medidas sean compatibles con lo dispuesto en el presente Acuerdo.</b></p> <p>2. Podrá ser necesario aplicar medidas apropiadas, siempre que sean compatibles con lo dispuesto en el presente Acuerdo, para prevenir el abuso de los derechos de propiedad intelectual por sus titulares o el recurso a prácticas que limiten de manera injustificable el comercio o redunden en detrimento de la transferencia internacional de tecnología.”<sup>10</sup></p> <p>A tratados de libre comercio en materia de protección a los derechos de propiedad intelectual e industrial.</p> <p>Por otro lado, no se observa ninguna limitante de seguridad, técnica – científica o jurídica que impida que los productos que cumplan disposiciones jurídicas sean ofrecidos a título gratuito o</p>

<sup>8</sup> Artículo 2, fracción VI de la LPI.

<sup>9</sup> Artículo 209, fracción I de la LFDA.

<sup>10</sup> [https://www.wto.org/spanish/docs\\_s/legal\\_s/27-trips.pdf](https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf)



**CONCAMIN**

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
4.2.1.1. La denominación del producto preenvasado debe exhibirse en la parte	4.2.1.1. La denominación del producto preenvasado debe exhibirse en <del>la parte</del>	<p>con una promoción o utilicen mecanismos como ofertas o concursos. Es decir, si un producto cumple con todas las disposiciones normativas sobre inocuidad, seguridad, información nutricional, e incluso que ese producto es de libre venta, no se observa ninguna condición que imposibilite su ofrecimiento a título gratuito o mediante una promoción, y máxime cuando estos hechos son en beneficio del consumidor.</p> <p>La naturaleza de elementos como regalos, ofertas, concursos, etc., es brindar la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio.</p> <p>Prohibir estos elementos no solo limita el uso y disfrute de un derecho de propiedad intelectual, sino que además de inhibe el desarrollo intelectual de los autores y evita coadyuvar a aportar elementos distintivos entre los productos hacia los consumidores.</p> <p>Por otra parte, dicha prohibición violaría lo establecido en el último párrafo del artículo 47 de la LFPC, respecto a que "no podrá imponerse restricciones a la actividad comercial en adición a las señaladas en esta ley, ni favorecer específicamente las promociones u ofertas de proveedores determinados".</p> <p>Y finalmente, se estaría violando el Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio de la OMC y diversos Tratados de Libre Comercio – entre ellos el reciente negociado TMEC –.</p>



**concamin**

Elaborado por: COMISIÓN DE NORMALIZACIÓN DE CONCAMIN  
 Ciudad de México a 06 de diciembre de 2019

PROYECTO DE NORMA (DOF 11/10)	PROPUESTA DE CAMBIO	JUSTIFICACIÓN
<p>central izquierda de la superficie principal de exhibición de la etiqueta, junto a la denominación deben estar las palabras o frases adicionales necesarias para evitar que se induzca al error o engaño al consumidor con respecto a la naturaleza y condición física auténticas que incluyen, pero no se limitan a:</p>	<p><del>central izquierda de</del> la superficie principal de exhibición de la etiqueta, junto a la denominación <del>deben</del> pueden estar las palabras o frases adicionales necesarias para dar mayor claridad <del>evitar que se induzca al error o engaño</del> al consumidor con respecto a la naturaleza <del>y condición física auténticas</del> que incluyen, pero no se limitan a:</p>	