



La Profeco denuncia presiones de morenistas a favor de firmas abusivas

Titular de la Procuraduría revela que es frecuente que reciba llamadas de miembros del partido guinda para defender a empresas que buscan evitar sanciones

ENRIQUE MÉNDEZ

Las empresas que cometen abusos o difunden publicidad engañosa siempre buscan “darle la vuelta” a las sanciones, al grado de que incluso legisladores y funcionarios de Morena han tratado de intervenir en su favor, reveló a diputados el titular de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), Iván Escalante Ruiz.

En reunión con la Comisión del Trabajo de la Cámara de Diputados, y a pregunta de los legisladores respecto a si se requieren sanciones más fuertes para las empresas, expuso que la Profeco cuenta “con dientes”, pero citó dos casos en los que recibió llamadas de morenistas cuando la instancia a su cargo sancionó a una gasolinera y a un hotel de lujo.

“Me buscó una diputada hace poco para pedir que ayudara a una gasolinera y le dije: ‘Perdón, no les voy a ayudar’... Nos tocó verificar un hotel fifi, muy fifi. Con precios en dólares, te cobraban la limpieza extra fuera del contrato, no tenían a la vista los precios. Nos metimos hasta la cocina: cosas echadas a perder, cucarachas en la cocina. No vayan a lugares tan fifis”, recomendó a los diputados.

Relató que, tras los hallazgos, el personal de la Profeco inició la suspensión de actividades.

“Y en el transcurso de imponer los sellos me hablaron cuatro compañeros del movimiento, pero cada

vez eran de más nivel, y entonces mi intuición fue: ‘se va a enterar la jefa del Ejecutivo’”. Expuso que se comunicó por teléfono con Claudia Sheinbaum para contarle el hecho. “Y le llamé: ‘Oiga, presidenta, estamos aquí’. ‘¿Y por qué?’ ‘Por esto y por aquello’. ‘Iván, dale, es tu chamba’”.

Estudios sobre jamones

Señaló que es una práctica común que los proveedores traten de eludir las sanciones con métodos que van desde no darse por notificados hasta combatir los estudios que realiza la Profeco y que se difunden en la *Revista del Consumidor*. Entregó a los diputados ejemplares de julio, que lleva en su portada un estudio sobre jamones, bajo el título “Que la hacen de jamón”.

Escalante Ruiz agregó: “las cámaras empresariales se empie-

zan a mover para quejarse de los estudios. Se les da el derecho de audiencia, los estudios son muy profesionales y se notifican antes de publicarse, y (las empresas) no tienen argumentos técnicos” para rebatirlos.

Presentó el estudio sobre los jamones como ejemplo de publicidad engañosa en productos que pueden incluso causar un daño a la salud, como hicieron notar los diputados.

“Si ven los productos que están abajo en la *Revista del Consumidor*, ustedes juran que son jamones, porque se ve un sándwich muy bonito, con lechuga y queso, súper apetitoso... pero no es jamón”, expresó.

No obstante, cuando se publica este tipo de información por parte de Profeco, “brincan las cámaras empresariales, mandan oficios a todo mundo, nos buscan por todos lados. Es: ‘¿cómo le sigo dando la vuelta a mi falta? Buscando a un compa’”.

Pidió a los diputados que, si no cuentan con la información de cada caso, no intervengan.

Planteó la posibilidad de reformas para incrementar las penas en el Código Penal a quien retire sellos o incurra en resistencia de particulares, porque las actuales “son muy pequeñas, de risa. Para muchos proveedores el consumidor no es prioridad; su prioridad es vender mucho, mucho, mucho y hacerse muy, muy ricos, a costa de los consumidores”.

“

En un hotel muy fifi encontramos cucarachas y comida en mal estado en la cocina