

## ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: 147-1PO1-15

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA	
1. Nombre de la Iniciativa.	Que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor.
2. Tema de la Iniciativa.	Metrología y Normalización. Ecología y Medio Ambiente.
3. Nombre de quien presenta la Iniciativa.	Dip. Arturo Álvarez Angli.
4. Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.	PVEM
5. Fecha de presentación ante el Pleno de la Cámara.	08 de octubre de 2015.
6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	08 de octubre de 2015.
7. Turno a Comisión.	Economía.

II.- SINOPSIS
<p>Establecer que la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor debe fomentar entre los productores y proveedores de bienes y servicios la práctica de <u>procesos de producción que minimicen los efectos negativos sobre el medio ambiente</u>. Asentar que la utilización de publicidad engañosa en relación con las prácticas ambientales de una empresa referentes a procesos de producción amigables con el medio ambiente o los beneficios ambientales de un producto o servicio se considera una falta grave sancionable con clausura total o parcial de hasta noventa días y multa de \$138,854.28 a \$3'887,919.91. Indicar que el monto recaudado será destinado al Fondo para el Cambio Climático. Señalar que las aseveraciones genéricas como “verde”, “ecológico”, “orgánico”, o “sustentable” deben justificarse expresamente. Considerar como caso particularmente graves la infracción que pueda poner en peligro la vida, la salud, la seguridad de un grupo de consumidores o la conservación del medio ambiente.</p>

### III.- ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD.

El derecho de iniciativa se fundamenta en la fracción II del artículo 71 y la facultad del Congreso de la Unión para legislar en la materia se sustenta en las fracciones X y XXX del artículo 73, en relación con el artículo 28, párrafo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

### IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA

La iniciativa cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que son ser formulada por escrito, tener un título, contener el nombre y firma de la persona que presenta la iniciativa, una parte expositiva de motivos, el texto legal que se propone, el artículo transitorio que señala la entrada en vigor, la fecha de elaboración y ser publicada en la Gaceta Parlamentaria.

En la parte relativa al texto legal que se propone, se sugiere lo siguiente:

- De acuerdo con las reglas de técnica legislativa, así como con la integración actual de los preceptos que se buscan reformar, indicar con puntos suspensivos la totalidad de apartados, párrafos, fracciones, incisos, subincisos, etcétera que componen los preceptos cuyo texto se desea mantener.
- De acuerdo con las reglas de técnica legislativa, así como con la integración actual de los preceptos que se buscan reformar, revisar la escritura de la palabra “artículo” sólo con mayúscula inicial.

<b>V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE</b>	
<b>TEXTO VIGENTE</b>	<b>TEXTO QUE SE PROPONE</b>
<p style="text-align: center;"><b>Ley Federal de Protección al Consumidor.</b></p> <p><b>ARTÍCULO 8 Bis.</b> La Procuraduría deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.</p> <p>Para este propósito, elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por los medios a su alcance, incluyendo su distribución en los establecimientos de los proveedores, previo acuerdo con éstos. También presentará sus contenidos educativos a la autoridad federal competente a fin de que los incorpore a los programas</p>	<p><b>Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor</b></p> <p><b>Artículo Único.</b> Se adiciona un segundo párrafo al artículo 8 Bis; se adiciona el tercer párrafo del artículo 32; se adiciona un artículo 40 Bis; se adiciona un tercer párrafo al artículo 128 Bis; y se reforma el primer párrafo del artículo 8 Bis, así como la fracción segunda del artículo 128 Ter de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como a continuación se presentan:</p> <p><b>Artículo 8 Bis.</b> La Procuraduría deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquél que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, <b>amigable con el medio ambiente</b>, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.</p> <p><b>La Procuraduría deberá fomentar entre los productores y proveedores de bienes y servicios la práctica de procesos de producción que minimicen los efectos negativos sobre el medio ambiente.</b></p> <p>...</p>

oficiales correspondientes en términos de las disposiciones aplicables.

La Procuraduría establecerá módulos o sistemas de atención y orientación a los consumidores en función de la afluencia comercial, del número de establecimientos y operaciones mercantiles, de la temporada del año y conforme a sus programas y medios, debiéndose otorgar a aquella las facilidades necesarias para ello.

**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 al consumidor 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.

...

**Artículo 32. ...**

...

**La utilización de publicidad engañosa en relación con las prácticas ambientales de una empresa referentes a procesos de producción amigables con el medio ambiente o los beneficios ambientales de un producto o servicio se considerará una falta grave y se sancionará de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 128 Bis de esta ley, sin perjuicio de lo que establece la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental.**

...

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.

**ARTÍCULO 128 BIS.** En casos particularmente graves, la Procuraduría podrá sancionar con clausura total o parcial, la cual podrá ser hasta de noventa días y con multa de **\$138,854.28 a \$3'887,919.91.**

Las violaciones a lo establecido en el artículo 32 que se consideren particularmente graves conforme a lo establecido en el artículo 128 Ter de esta ley, serán sancionadas con la multa establecida en el párrafo anterior o bien con multa de hasta un 10% de los ingresos brutos anuales del infractor obtenidos por la comercialización del bien o los bienes, productos o servicios contenidos en la publicidad respectiva, correspondiente al último ejercicio fiscal en que se haya cometido la infracción, en caso de reincidencia.

**ARTÍCULO 128 TER.-** Se considerarán casos particularmente graves:

**I.** Aquellos en que de seguir operando el proveedor, se pudieran afectar los derechos e intereses de un grupo de consumidores;

**Artículo 40 Bis.** Las aseveraciones genéricas como “verde”, “ecológico”, “orgánico”, o “sustentable” deben justificarse expresamente.

**Artículo 128 Bis. ...**

...

**En el caso del monto recaudado por concepto de las violaciones a lo establecido por el párrafo tercero del artículo 32, éste será destinado al Fondo para el Cambio Climático.**

**Artículo 128 Ter.** Se considerarán casos particularmente graves:

**I. ...**

<p><b>II.</b> Cuando la infracción de que se trate pudiera poner en peligro la vida, la salud o la seguridad de un grupo de consumidores;</p> <p><b>III.</b> Aquellas infracciones que se cometan en relación con bienes, productos o servicios que por la temporada o las circunstancias especiales del mercado afecten los derechos de un grupo de consumidores;</p> <p><b>IV.</b> Aquellas conductas que se cometan aprovechando la escasez, lejanía o dificultad en el abastecimiento de un bien o en la prestación de un servicio;</p> <p><b>V.</b> Cuando se trate de productos básicos de consumo generalizado, como alimentos, gas natural o licuado de petróleo, gasolina o productos sujetos a precio máximo o a precios o tarifas establecidos o registrados por la Secretaría o por cualquiera otra autoridad competente;</p> <p><b>VI.</b> Cuando la información o publicidad relacionada con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdadera, induzcan a error o confusión al consumidor por la forma falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presente;</p> <p><b>VII.</b> La reincidencia en la comisión de infracciones a los artículos señalados en el artículo 128 de esta ley, y</p> <p><b>VIII.</b> Aquellas que vulneren los derechos contemplados en el Título Segundo de la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.</p>	<p><b>II.</b> Cuando la infracción de que se trate pudiera poner en peligro la vida, la salud, la seguridad de un grupo de consumidores o la conservación del medio ambiente.</p> <p><b>III. a VIII. ...</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><u>Sin correlativo vigente</u></b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Transitorio</b></p> <p><b>Único.</b> El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p>