



"2020, Año de Leona Vicario, Benemérita Madre de la Patria"

MESA DIRECTIVA

PODER LEGISLATIVO FEDERAL
COMISIÓN PERMANENTE

OFICIO No. CP2R2A.-1867

Ciudad de México, 28 de julio de 2020

**DIP. FERNANDO GALINDO FAVELA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE
ECONOMÍA, COMERCIO Y COMPETITIVIDAD
P R E S E N T E**

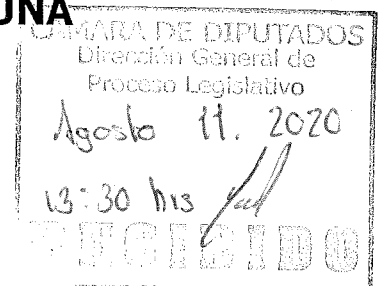
Me permito comunicar a Usted que en sesión celebrada en esta fecha, el Diputado Lucio Ernesto Palacios Cordero, del Grupo Parlamentario Morena, presentó Iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona un párrafo segundo y se recorre el orden de los párrafos subsecuentes del artículo 8 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La Presidencia, con fundamento en los artículos 21, fracción III y 179 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, dispuso que dicha Iniciativa, misma que se anexa, se turnara a la Comisión de Economía, Comercio y Competitividad de la Cámara de Diputados.

Atentamente




DIP. SERGIO CARLOS GUTIÉRREZ LUNA
Secretario



DEL DIPUTADO LUCIO ERNESTO PALACIOS CORDERO, CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN PÁRRAFO SEGUNDO Y SE RECORRE EL ORDEN DE LOS PÁRRAFOS SUBSECUENTES DEL ARTÍCULO 8 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

66
El suscrito, Lucio Ernesto Palacios Cordero, diputado federal integrante del Grupo Parlamentario de Morena en la LXIV Legislatura del H. Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 71 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 55 fracción II del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, así como 6 numeral 1 fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, someto a la consideración de esta Soberanía la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN PÁRRAFO SEGUNDO Y SE RECORRE EL ORDEN DE LOS PÁRRAFOS SUBSECUENTES DEL ARTÍCULO 8 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**, al tenor de la siguiente

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Planteamiento del problema

La pandemia del COVID-19 nos debe llevar a reflexionar con profundidad sobre el modelo de producción y consumo que se impuso a lo largo de nuestro planeta. Se instaló un esquema depredador de los recursos naturales y concentrador de la riqueza, que alentó en la sociedad el individualismo y el consumismo.

La etapa actual, la nueva normalidad, es oportunidad para fomentar nuevas formas de vida, convivencia y desarrollo.

El Estado, tiene responsabilidades sociales ineludibles para garantizar el derecho a la salud, a un medio ambiente sano, a la alimentación, a participar en el bienestar social. En el cumplimiento de sus responsabilidades, esta presente la obligación de regular e informar de manera suficiente, adecuada y oportuna; también esta implícita la obligación de responder a las circunstancias actuales.

Como es sabido, las ciudadanas y los ciudadanos tienen un gran poder transformador al decidir como consumidores. Por ello, compañías hacen grandes inversiones en mercadotecnia, dirigida a moldear patrones de consumo, en todas las áreas.

Lo que tenemos, en la realidad, es una necesidad imperiosa de generar una mayor conciencia crítica, respecto a las implicaciones o el impacto de consumir, con respecto a la salud, la sustentabilidad, la economía, entre muchos otros.

Para elegir entre una marca o un producto y otro, las ciudadanas y ciudadanos deben tener información disponible, porque sólo así, se podrá generar conciencia y cuestionar rutinas de consumo de energía, agua, alimentación, higiene. Hoy más

que nunca es importante difundir la importancia de pensar en nuestro planeta, nuestra ciudad y nuestra comunidad. La nueva normalidad debe centrarse en estilos y nuevas formas de vida.

Hoy, ha quedado en evidencia que los patrones de consumo que como sociedad hemos adoptado, han producido serios daños no sólo al medio ambiente, sino a nuestra salud y, por ende, a nuestra calidad de vida.

Es importante reconocer que no es lo mismo elegir una empresa que tiene fama de emplear gente con salarios precarios, que consumir a una cooperativa, cuya normatividad y principios son el trabajo digno, la solidaridad y la ayuda mutua, con criterios de sustentabilidad ambiental.

Si bien es cierto que cada quien, en libertad, decide sobre sus hábitos de consumo, el objetivo de la presente iniciativa es dotar a las personas de información que les permita decidir mejor y que, a través de estas decisiones, contribuyan a mejorar las condiciones económicas, sociales y ambientales de su entorno. Proponemos la construcción de un programa permanente de difusión y capacitación, diseñado de manera conjunta por la Procuraduría Federal del Consumidor, la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, y la Secretaría de Bienestar, orientado a generar conciencia de que todos podemos incidir en una sociedad mejor, más justa y sostenible a través del consumo.

La Procuraduría Federal del Consumidor tiene un mandato de ley de elaborar material informativo, de orientación y de educación a los consumidores, para su divulgación entre la población, al tiempo de establecer módulos o sistemas de atención y orientación a los consumidores.

Aunado a lo anterior, quedó bajo su responsabilidad la de fomentar una cultura de consumo responsable e inteligente, definido en la propia Ley como “un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo” para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sobre el consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.

El Programa “Promoción de una Cultura de Consumo Responsable e Inteligente”, difunde temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra, realizando estudios sobre consumo y comparativos de precios. Implica acciones de capacitación a grupos y asociaciones de consumidores; asimismo, difunde información a la población en general, en su calidad de consumidores, a través de la Revista del Consumidor, medios electrónicos y redes sociales.

Si bien el programa cuenta con cierto grado de arraigo y aceptación, consideramos que es insuficiente en alcance, además de que hoy es necesario readecuar su contenido.

Estamos en un sexenio donde gobierno una visión radicalmente distinta, que pone en el centro de la nueva economía a las personas, y no la acumulación de capital.

Hay nuevos criterios y nueva filosofía del aparato público.

El Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, señala que el gobierno federal impulsará una mejor distribución del ingreso y de la riqueza, así como las modalidades de comercio justo y economía social y solidaria, alcanzar la universalidad en salud y seguridad alimentaria.

En este contexto, se vuelve de enorme relevancia la promoción de una cultura de consumo, lo cual, va mucho más allá de cuidar la calidad y difundir los derechos de los consumidores que, por cierto, un factor crucial para ejercerlos es tener información.

Argumentos que sustentan la propuesta

Desde hace más de 20 años, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ya nos alertaba al respecto:

“(...) más de mil millones de personas carecen de la oportunidad de consumir de manera que les permita satisfacer sus necesidades más fundamentales. Otros consumidores - incluyéndome a mí y muy probablemente a usted y a la sociedad en que vivimos - consumen de manera que no se puede sostener por largo tiempo desde el punto de vista ambiental o social y que con frecuencia atenta contra nuestro propio bienestar.”

Si bien se reconoce que el consumo puede contribuir al desarrollo humano al aumentar la capacidad y enriquecer la vida de la gente, siempre que no afecte negativamente el bienestar de otros y sea tan justo con las generaciones futuras como con las actuales, también se advierte que el consumo actual está deteriorando la base ambiental de recursos y profundizando las desigualdades.

Por lo anterior, el PNUD señala que el consumo debe ser compartido, fortalecedor, socialmente responsable y sostenible:

- Compartido. Garantizar las necesidades básicas de todos.
- Fortalecedor. Aumentar la capacidad humana.
- Socialmente responsable. Para que el consumo de algunos no ponga en peligro el bienestar de otros.
- Sostenible. Sin comprometer las opciones de las generaciones futuras.

Para ello, debemos modificar las tendencias actuales a través de medidas que van desde cambiar los bienes y tecnologías de producción contaminantes por otros más limpios, fomentar bienes que potencien a los productores locales y cambiar las prioridades del consumo superficial a la satisfacción de necesidades básicas.

Años después, en 2015, se estableció como uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible fomentar el consumo responsable para hacerlo sostenible, dado que,

con el ritmo actual de consumo de la humanidad, se están causando daños irreversibles al medio ambiente. Los datos al respecto son abrumadores:

- Si la población mundial llegase a alcanzar los 9,600 millones en 2050, se necesitaría el equivalente de casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales precisos para mantener el estilo de vida actual.
- El ser humano está contaminando el agua más rápido de lo que la naturaleza puede reciclar y purificar el agua en los ríos y lagos.
- Más de 1,000 millones de personas aún no tienen acceso a agua potable.
- Si todas las personas del mundo utilizaran bombillas de bajo consumo, el mundo se ahorraría 120,000 millones de dólares al año.
- Los hogares consumen el 29% de la energía mundial y, en consecuencia, contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes.
- Cada año, se calcula que un tercio de todos los alimentos producidos, equivalentes a 1,300 millones de toneladas por valor de alrededor de 1,000 millones de dólares, termina pudriéndose en los contenedores de los consumidores y minoristas, o se estropea debido a las malas prácticas del transporte y la cosecha.
- 2,000 millones de personas en todo el mundo tienen sobrepeso o son obesas.
- La degradación de la tierra, la disminución de la fertilidad del suelo, el uso insostenible del agua, la sobrepesca y la degradación del medio marino están disminuyendo la capacidad de la base de recursos naturales para suministrar alimentos.

Ante este panorama, todas y todos podemos generar cambios en nuestros patrones de consumo que pueden tener un gran impacto en el conjunto de la sociedad, principalmente, actuando de forma reflexiva a la hora de comprar y elegir una opción sostenible siempre que sea posible.

En este marco, los principios y valores de la Economía Social y Solidaria son criterios orientadores a la hora de elegir entre opciones de consumo, en tanto se trata de un enfoque de la actividad económica que considera a las personas, al medio ambiente y el desarrollo sostenible y sustentable, antes que otro tipo de intereses:

“la Economía Social y Solidaria (...) es una manera de vivir que abarca la integralidad de las personas y designa la subordinación de la economía a su verdadera finalidad: proveer de manera sostenible las bases materiales para el desarrollo personal, social y ambiental del ser humano.

La referencia de la economía solidaria es cada sujeto y las comunidades creadas desde las iniciativas sociales, por lo que no se la identifica según los beneficios materiales de una iniciativa, sino que se define en función de la calidad de vida y el bienestar de sus miembros y de toda la sociedad como sistema global”.

Dentro de este enfoque, el consumo responsable se dirige a la necesidad y no al deseo, llevándonos a cuestionar las alternativas que tenemos a nuestro alcance, así como los costos ambientales y sociales que genera un producto determinado.

Si en el pasado, los gobiernos enfocaron sus campañas en el tema de la calidad y los derechos del consumidor, ahora la pandemia de COVID ha puesto de relieve la indispensable necesidad de repensar muchos aspectos de la cotidianidad, revalorar la alimentación saludable, así como el impacto ambiental que implica producir, trasladar y consumir productos.

En nuestro país se están sentando las bases para fortalecer un Estado de Bienestar que vele por los grupos de la sociedad históricamente excluidos, pero ante esta crisis sanitaria, económica y social a la que nos enfrentamos, debemos hacer un alto en el camino como sociedad y replantear no sólo el modelo económico, sino nuestro papel y contribución en el desarrollo y bienestar de la sociedad en su conjunto.

Es fundamental afrontar la crisis económica y social con solidaridad, de ahí la importancia de fijar la mirada en los pequeños comercios, de consumir lo local, aquellos que permiten subsistir a muchas familias de nuestra comunidad, que empodera y genera más autonomía económica en las mujeres.

Es fundamental generar conciencia y promover nuevos hábitos de consumo de alimentos, porque hoy existe un consumo excesivo de ultraprocesados y menor consumo de productos naturales. Esto es crucial en un contexto de salud marcado por enfermedades crónico degenerativas que nos han hecho tan vulnerables como sociedad.

Por ello, consideramos necesario reforzar a través de un programa de capacitación permanente, obligado, que difunda información sobre la importancia de una nueva cultura de consumo responsable, haciendo énfasis en la promoción de una vida saludable, la sostenibilidad ambiental, el consumo local, los principios y valores de la economía social y solidaria y la igualdad de género.

La gente debe conocer otra información sobre los productos y las empresas: si genera trabajo digno, si contribuye a la economía local, si contribuye a la vida saludable. Debemos ser conscientes y pensar en la comunidad, más aún, en la humanidad entera, la de hoy y la del futuro. Consumir responsablemente es usar un poder que tenemos todas y todos al decidir, y con el cual es posible incidir en la construcción de un futuro mejor.

Por lo anteriormente expuesto y de conformidad con lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 55 fracción II del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos; así como 6 numeral 1 fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta Honorable Asamblea el siguiente

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN PÁRRAFO SEGUNDO Y SE RECORRE EL ORDEN DE LOS PÁRRAFOS SUBSECUENTES DEL ARTÍCULO 8 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ÚNICO. Se adiciona un párrafo segundo y se recorre el orden de los párrafos subsecuentes del artículo 8 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar de la forma siguiente:

ARTÍCULO 8 Bis. ...

La Procuraduría, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Secretaría de Bienestar, implementará un programa de capacitación y difusión de la cultura de consumo responsable, en términos de lo dispuesto en el párrafo anterior, con especial énfasis en la promoción de una vida saludable, la sostenibilidad ambiental, el consumo local, los principios y valores de la economía social y solidaria y la igualdad de género.

...

...

Transitorio

Único. El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a los 28 días del mes de julio de 2020.

Suscribe

Dip. Lucio Ernesto Palacios Cordero