

INICIATIVA QUE ADICIONA ARTÍCULO 32 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, A CARGO DE LA DIPUTADA OLGA PATRICIA SOSA RUIZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PES

La suscrita, Olga Patricia Sosa Ruiz, diputada federal a la LXIV Legislatura del honorable Congreso de la Unión, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Encuentro Social con fundamento en los artículos 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; así como en los artículos 6, numeral 1, fracción I, 77, y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta honorable asamblea, la presente iniciativa con proyecto de decreto por el cual se adiciona un párrafo al artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, al tenor de la siguiente

Exposición de Motivos

A nivel mundial, el sobrepeso y la obesidad se han posicionado como uno de los principales problemas que aquejan a la población. Estos han sido definidos por la Organización Mundial de Salud (OMS), quien es la autoridad directiva y coordinadora en asuntos de sanidad internacional del sistema de las Naciones Unidas (ONU), como una acumulación anormal o excesiva de grasa, en la cual las causas fundamentales es la presencia de un desequilibrio energético entre las calorías consumidas y aquellas gastadas.¹

En las últimas décadas la OMS ha detectado que la población en sus hábitos alimenticios ha presentado un aumento en la ingesta de alimentos con un alto contenido calórico que son ricos en grasa y, esto ha ido acompañado con un descenso en la actividad física debido a la naturaleza cada vez más sedentaria de muchas formas de trabajo, los nuevos modos de transporte y la creciente urbanización.²

En 2016 la OMS publicó que más de 1,900 millones de adultos de 18 años o más vivían con sobrepeso, de los cuales más de 650 millones ya sufrían de obesidad. Esto significa que 39 por ciento de la población adulta a nivel mundial tienen obesidad y sobrepeso.³

Desafortunadamente, las consecuencias del sobrepeso y la obesidad no son solo estéticas, ya que la presencia de un índice de masa corporal (IMC) alto se ha convertido también en un factor de riesgo de enfermedades no transmisibles.⁴

Algunas de las enfermedades más comunes ocasionadas por la obesidad y el sobrepeso son las enfermedades cardiovasculares como cardiopatías y accidentes cerebrovasculares, la diabetes, hipertensión, trastornos al aparato locomotor y algunos cánceres como de endometrio, mama, ovarios, próstata, hígado, vesícula biliar, riñones y colon.⁵

Estos problemas de salud en décadas anteriores eran considerados únicamente en aquellos países con ingresos altos, sin embargo, su presencia se ha generalizado en los últimos años en aquellos países con ingresos medios y bajos. En este sentido, la OMS declaró que el 57 por ciento de la población mundial se encuentra ubicada en los países donde el sobrepeso y la obesidad causan más muertes que la insuficiencia ponderal (desnutrición).⁶

En el reporte *Obesity Update* elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en 2015 se registró que en los 35 países que forman parte de esta organización, el 19.5 por ciento de los adultos padecían obesidad, es decir, viven con un IMC mayor a 30 kg/m².⁷

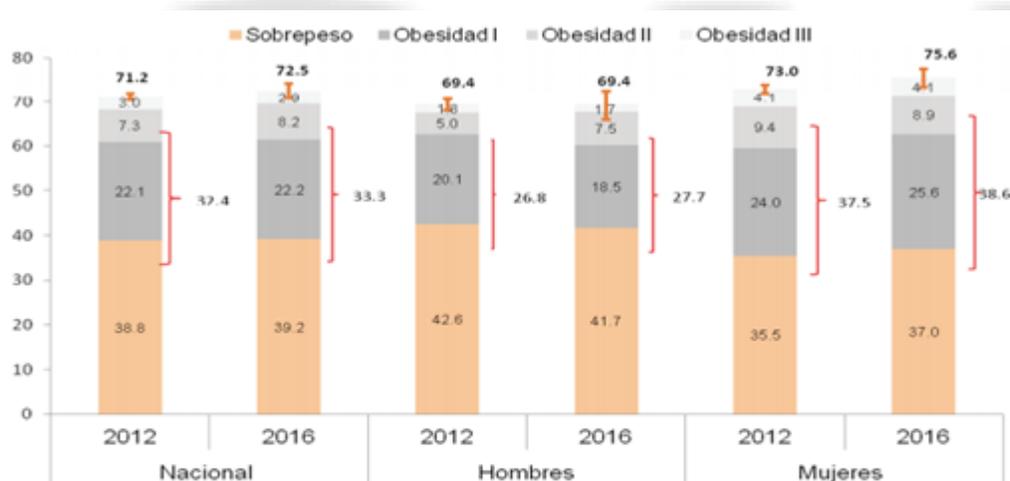
Dentro de los países que presentaron los porcentajes más elevados de prevalencia en obesidad, se encuentra México con un porcentaje de 32.4 por ciento, del cual existe una mayor presencia de obesidad en mujeres. Como punto de comparación, la media establecida por la OCDE fue de 19.5 por ciento y los países que

presentaron los porcentajes más bajos fueron Japón y Corea, con 3.7 por ciento y 5.3 por ciento, respectivamente.⁸

En este sentido, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2016 realizó la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino (ENSANUT 2016), en la cual también se muestra que la prevalencia combinada de sobrepeso y obesidad es mayor en el caso de las mujeres (75.6 por ciento) que en los hombres (69.4 por ciento). De igual manera, se muestra que en adultos de 20 o más años la prevalencia combinada de sobrepeso y obesidad fue de 71.2 por ciento (IC95 por ciento 70.5, 72.1) en la misma encuesta realizada en 2012, comparado con el 72.5 por ciento obtenido en 2016.⁹

A continuación, se muestra de manera gráfica la información antes mencionada:

Gráfica 1. Prevalencia de sobrepeso y obesidad* en población de 20 o más años, en la ENSANUT 2012 y ENSANUT 2016.¹⁰



Fuente: ENSANUT 2012 y ENSANUT MC 2016.

* Clasificación de IMC descrita por la OMS: sobrepeso = 25.0-29.9 kg/m², obesidad grado I = 30.0-34.9 kg/m², obesidad grado II = 35.0-39.9 kg/m², obesidad grado III ≥ 40.0 kg/m²

Como se mencionó, en el aumento del porcentaje de personas con sobrepeso y obesidad, influyen dos factores sumamente importantes: **i) el aumento en el consumo de alimentos con alto contenido calórico y, ii) la falta de actividad física y el aumento de modos de vida más sedentarios.**

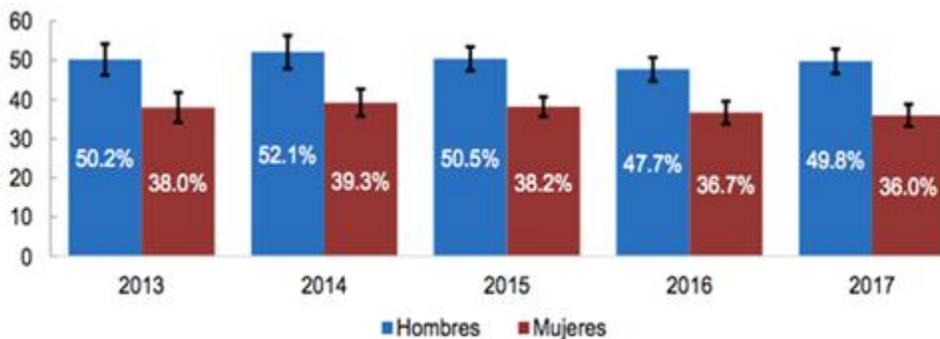
El primer factor en nuestro país se encuentra fácilmente identificado en los malos hábitos alimenticios que se presentan en la población, como es el alto consumo de harinas blancas, grasas saturadas y conservadores, la falta de conocimiento nutricional, ingesta de bebidas azucaradas y comida “chatarra” en exceso, bajo consumo de agua natural y la eliminación de comidas a lo largo del día.¹¹

Respecto al segundo factor identificado, el INEGI por medio de Módulo de Práctica Deportiva o Ejercicio Físico (MOPRADEF), en enero del 2018 publicó que el 49.8 por ciento de los hombres que participaron en la encuesta declararon realizar una actividad física en su tiempo libre, porcentaje superior a lo declarado por las mujeres (36 por ciento), de igual manera, se identificó que a medida que aumenta el rango de edad, los porcentajes de población que realiza actividades físicas, disminuye.¹²

Las razones principales que declaró la población para realizar algún deporte o actividad física es un 59.6 por ciento por salud, 19 por ciento por diversión y 17.6 por ciento por motivos de imagen o estética.¹³

A continuación, se muestra de manera gráfica los cambios porcentuales de la población de 18 años o más, en el periodo comprendido entre 2013 y 2017, respecto a la actividad física dependiendo el sexo.

Gráfica 2. Porcentaje de la población de 18 y más años de edad activa físicamente, por sexo. (2013-2017)¹⁴



Fuente: INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2013 a 2017.
Nota: En cada barra se presenta la estimación por intervalo de confianza al 90 por ciento.

Por lo tanto, resulta evidente que la población en nuestro país se enfrenta a una problemática en materia de salud pública que no debe ser menospreciada, puesto que significa una afectación directa sobre la salud y estado de bienestar de los mexicanos.

Debido a la alta prevalencia de enfermedades fuertemente relacionadas a la obesidad y el sobrepeso resulta de vital importancia que el Gobierno Federal realice e implemente distintas normas, políticas y programas en favor de la detección temprana de problemas de nutrición, el control de los altos porcentajes de personas con obesidad y sobrepeso y, eventualmente de la erradicación de este problema.

Algunas de las principales medidas que ha implementado en este sentido, tanto el Sistema de Salud, el Congreso de la Unión, la Secretaría de Educación, entre otras instancias gubernamentales son las siguientes:

- i) En 2010, el gobierno federal se dio a la tarea de crear lineamientos generales que regulan el expendio y la venta de alimentos en los establecimientos de consumo escolar, en donde se prohibió la venta de alimentos y bebidas con alto contenido calórico.
- ii) En 2014, fueron aprobados impuestos especiales a los alimentos no básicos que presentaban un alto contenido calórico y a las bebidas azucaradas. Este impuesto surgió con el objetivo de desincentivar la ingesta de alimentos que resultan poco recomendables nutricionalmente.
- iii) En abril de 2014, se publicaron dos acuerdos en materia de salud y nutrición, en el primer acuerdo¹⁵ se emitieron los lineamientos para el etiquetado que deberán considerar los productores de alimentos y bebidas para la información nutrimental del contenido. En el segundo acuerdo¹⁶ emitido en la misma fecha se establecieron los lineamientos para hacer públicos los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán cumplir los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida.

La intención de esta iniciativa es la de solicitar la colaboración de las cadenas de restaurantes, franquicias y establecimientos enfocados a la venta, elaboración y distribución de alimentos y bebidas no alcohólicas, hagan de carácter público a sus consumidores, por medio de sus menús, etiquetado y publicidad el contenido calórico de los productos que se encuentran a la disposición de los consumidores y del público en general. Esto con la finalidad de brindar a la población adulta, la información necesaria para poder llevar a cabo una decisión

consciente sobre su consumo alimenticio, para que esto pueda contribuir a desarrollar hábitos más saludables por parte de la población.

La OMS estableció que una de las medidas más importantes para evitar los problemas de sobrepeso y obesidad es el constante apoyo de la comunidad y del entorno de una persona, es decir, que la responsabilidad de cada individuo puede ser ejercida con mayor facilidad si tienen acceso a un modo de vida saludable y reciben apoyo para elegir opciones más saludables.¹⁷

Las medidas planteadas en la presente iniciativa se encuentran fundadas en los resultados de la aplicación de medidas similares en otros países que mostraban el mismo patrón de crecimiento en el porcentaje de población que sufría sobrepeso u obesidad, al igual que su implementación en las legislaciones locales de algunas entidades federativas.

Desde 2008, en Nueva York se estableció una ley en la cual se obliga a especificar las calorías que contiene cada uno de los platillos de diversos establecimientos, dicha ley especifica que la información sea mostrada de manera clara y al mismo tamaño de letra que el precio y el nombre.¹⁸

En 2017 en el Código de Salud de Nueva York se especificó que todos los restaurantes y supermercados deben mostrar a sus clientes la tabla de calorías e información nutricional de los alimentos que están a su disposición.

De igual manera, se obliga a que los negocios especifiquen que la FDA (*Food and Drugs Administration*) recomienda que la ingesta diaria debe ser de 2,000 calorías.¹⁹ Otra medida implementada en la Ciudad de Nueva York obliga a las cadenas de restaurantes que etiqueten aquellos alimentos que superen los 2,300 mg de sodio.

En Chile en 2016, fueron introducidas las etiquetas de advertencia obligatorias al frente del paquete (FOP *Front-of-Pack*) en los productos dirigidos a los consumidores, y con dicha medida se obtuvieron evaluaciones preliminares satisfactorias al percibir una disminución en el consumo de ciertos productos.²⁰

De igual manera, en Inglaterra se ha introducido un etiquetado frente al paquete basado en el sistema de un “semáforo” el cual utiliza un esquema de colores (verde, ámbar y rojo), esto de acuerdo con el contenido y nutrientes que contiene cada producto, en relación con la ingesta recomendada por su sistema de salud.²¹

El uso de etiquetas interpretativas y fáciles de entender sirven como medio de información para los consumidores, acerca de los nutrientes, calorías, sodio y grasas que contienen los alimentos, esta información puede ser expresada en listas de nutrientes o perfiles, logos informativos con las características esenciales del producto, esquemas de semáforo, etc.²²

La obligación del etiquetado de los productos alimenticios y bebidas no alcohólicas en algunos de los casos antes mencionados ha provocado que los fabricantes modifiquen o reformulen los productos, disminuyendo los nutrientes o componentes que contribuyen al sobrepeso y la obesidad.²³

De igual manera, la OCDE ha determinado que el uso de un etiquetado interpretativo y de fácil entendimiento para los consumidores provoca la tasa de respuesta más alta que el simple uso de listas enumeradas con los perfiles de nutrientes de cada alimento o bebida.²⁴

En el caso de México, en 2011 el Congreso Local del Estado de Colima aprobó una ley para se publiquen en los menús de los restaurantes, las calorías contenidas en cada platillo que se ofrece al público, así como las calorías promedio que se recomienda consumir diariamente. Dicha medida fue implementada ya que esta entidad ocupa el primer lugar a nivel nacional en obesidad infantil, y el segundo lugar en población adulta.²⁵

En Yucatán, en 2017 por medio de una iniciativa de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados y en cumplimiento de los lineamientos emitidos por la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, 16 marcas de restaurantes en Yucatán y algunas de Campeche y Quintana Roo, anexaron a los menús el contenido calórico de los platillos que ofrecen.²⁶

Por todo lo anterior es necesario establecer que, en el caso de los alimentos y bebidas no alcohólicas, los proveedores serán responsables de incluir en la información o publicidad, la declaración nutrimental obligatoria y el contenido calórico de los productos.

En la fracción II y III del artículo 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se establecen como principios básicos en la relaciones de consumo: (i) la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garantice a los consumidores la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones, así como (ii) el acceso a la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, y los riesgos que estos representen.

El siguiente cuadro comparativo resume los alcances del presente Proyecto de reforma:



LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

| TEXTO VIGENTE | PROPUESTA DE REFORMA |
|--|---|
| <p>ARTÍCULO 32.- La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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,</p> | <p>ARTÍCULO 32.- La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>En el caso de los alimentos y bebidas no alcohólicas, los proveedores serán responsables de incluir en la información o publicidad, la declaración nutrimental obligatoria y el contenido calórico de los productos.</p> <p>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</p> |

| | |
|--|--|
| <p>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>fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas.</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> | <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> |
| <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.</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.</p> |
| <p>Previo a su difusión, los proveedores de manera voluntaria, podrán someter su publicidad a revisión de la Procuraduría, a fin de que la misma emita una opinión no vinculante.</p> | <p>Previo a su difusión, los proveedores de manera voluntaria, podrán someter su publicidad a revisión de la Procuraduría, a fin de que la misma emita una opinión no vinculante.</p> |

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a consideración de esta H. Asamblea la presente iniciativa en materia de salud y protección al consumidor, al tenor del siguiente proyecto de

Decreto

Único. Se adiciona un párrafo al artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

Artículo 32. [...]

[...]

[...]

En el caso de los alimentos y bebidas no alcohólicas, los proveedores serán responsables de incluir en la información o publicidad, la declaración nutrimental obligatoria y el contenido calórico de los productos.

[...]

[...]

[...]

[...]

Transitorios

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

Notas

1 10 datos sobre la obesidad, Organización Mundial de la Salud, fecha: octubre 2017, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en: <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/es/>

2 Obesidad y sobrepeso, Organización Mundial de la Salud, fecha: 16 de febrero de 2018, fecha de consulta: 30 de julio de 2018, disponible en:

<http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

3 *Ibídem*, 10 datos sobre la obesidad, Organización Mundial de la Salud.

4 *Ibídem*, Obesidad y sobrepeso, Organización Mundial de la Salud.

5 *Ibídem*, Obesidad y sobrepeso, Organización Mundial de la Salud.

6 *Ibídem*, 10 datos sobre la obesidad, Organización Mundial de la Salud.

7 Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, fecha: 2017, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en: http://oment.uanl.mx/descarga/obesity-update-2017_ocde.pdf

8 *Ibídem*, Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

9 Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino (ENSANUT 2016), INEGI, fecha: 31 de octubre de 2016, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en: http://promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/doctos_2016/ensanut_mc_2016-31oct.pdf

10 *Ibídem*, Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino (ENSANUT 2016), INEGI.

11 México tiene la peor dieta y esto es lo que nos cuesta a todos, *Excélsior*, fecha: 30 de noviembre de 2016, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en:

<https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/11/30/1131297>

12 Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2017, INEGI, fecha: 26 de enero de 2018, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en:

http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/bol_etines/2018/mopradef/mopradef2018_01.pdf

13 *Ibídem*, Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2017, INEGI.

14 *Ibíd.*, Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2017, INEGI.

15 Acuerdo por el que se emiten los Lineamientos a que se refiere el artículo 25 del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios que deberán observar los productores de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas para efectos de la información que deberán ostentar en el área frontal de exhibición, así como los criterios y las características para la obtención y uso del distintivo nutrimental a que se refiere el artículo 25 Bis del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios., fecha: 15/04/2014, fecha de consulta: 4 de abril de 2019, http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5340693&fecha=15/04/2014

16 Lineamientos por los que se dan a conocer los criterios nutrimentales y de publicidad que deberán observar los anunciantes de alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitar sus productos en televisión abierta y restringida, así como en salas de exhibición cinematográfica, conforme a lo dispuesto en los artículos 22 Bis, 79, fracción X y 86, fracción VI, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad., fecha: 15/04/2014, fecha de consulta: 04/04/2019, disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5340694&fecha=15/04/2014

17 *Ibíd.*, 10 datos sobre la obesidad, Organización Mundial de la Salud.

18 La ley obliga a los restaurantes de comida rápida de Nueva York a especificar sus calorías, *El Mundo*, fecha. 30 de abril de 2008, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2008/04/30/nutricion/1209553083.html>

19 Entra en efecto medida que lleva a que restaurantes de Nueva York publiquen el contenido calórico de su menú, UNIVISION, fecha: 22 de mayo de 2017, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en:

<https://www.univision.com/nueva-york/wxtv/noticias/nutricion/entra-en-efecto-medida-que-lleva-a-que-restaurantes-de-nueva-york-publiquen-el-contenido-calorico-de-su-menu>

20 *Ibíd.*, Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

21 *Ibíd.*, Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

22 *Ibíd.*, Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

23 *Ibíd.*, Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

24 *Ibíd.*, Obesity Update 2017, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

25 Restaurantes de Colima exhibirán calorías en menú, *El Universal*, fecha: 26 de noviembre de 2010, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/726207.html>

26 “Obligan” a restaurantes a decir cuántas calorías te comes, *Milenio*, fecha: 20 de julio de 2017, fecha de consulta: 21 de marzo de 2019, disponible en: <https://sipse.com/milenio/restaurantes-exhibiran-calorias-consumes-menu-261969.html>

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 25 de abril de 2019.

Diputada Olga Patricia Sosa Ruiz (rúbrica)