

PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA: La industria de la leche ocupa el lugar número 13 a nivel mundial, por lo que constituye un pilar fundamental para la economía mexicana. Además de que el consumo de la leche es de vital importancia en la nutrición de los mexicanos, especialmente en los niños.

La venta de productos lácteos, producto elaborado a partir de sólidos lácteos u otros ingredientes que no proceden de la leche, sin la vigilancia de la aplicación de la norma sanitaria correspondiente, genera problemas no sólo para los consumidores quienes no adquieren los beneficios de la leche, sino de los productores ganaderos que ven mermados sus ingresos debido a la competencia desleal que se ha generado en este mercado.

El objetivo de la presente estrategia legislativa es la de **contribuir en la construcción de las condiciones equitativas para que la venta de leche y productos lácteos generando, por un lado, la conciencia en el consumidor acerca del producto que va a adquirir y por otro, el compromiso de los productores de ofrecer sus productos sin la práctica de la publicidad engañosa.**

Ante este objetivo, es de vital importancia abarcar reformas para que la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) tenga la facultad de sancionar de manera definitiva, a las empresas que recurran a la publicidad engañosa y que por ende provoquen o induzcan a la confusión en el consumidor. Con la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor se pretende apoyar a la Procuraduría para que sus procesos de verificación no se resuelvan solo con medidas precautorias, sino que puedan suspender de manera definitiva a la publicidad engañosa.

Sin embargo, la PROFECO no tiene la facultad de regular el nombre y signo que se utilizan en la marca de las leches y los productos lácteos y dado que algunas de las marcas registradas con el nombre de leche no tienen las propiedades necesarias para ser consideradas leche, es necesario reformar la Ley de Propiedad Industrial para que el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) tenga la facultad de revisar, tanto en el registro como en la renovación de la marca, que los nombres que se pretenden registrar corresponden al producto que se va a distribuir.

Es así que se pretende realizar una estrategia que permita cubrir todos los aspectos posibles, desde la parte del consumidor (a través de PROFECO) y la responsabilidad de las empresas (a través del registro de marcas ante el IMPI).

PROPUESTA DE INICIATIVA:

Para regular el registro de las marcas de la leche, y de los productos en general, se reforma la fracción XV del artículo 90 de la Ley de Propiedad Industrial, con la finalidad de empatarla con el artículo 32 de la Ley Federal de Protección del Consumidor y así considerar los signos, textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones como susceptibles de crear confusión.

TEXTO ACTUAL	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>Artículo 90 I...XIV XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;</p>	<p>Artículo 90 I...XIV XV.- Los signos, textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones susceptibles de crear confusión. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, composición, calidad, cualidades de los productos o servicios que pretenden distinguir;</p>

En ese mismo sentido, la reforma al artículo 95 de la Ley de Propiedad Industrial pretende que, para que la renovación del registro de una marca, se tenga como requisito la comprobación de que el nombre y signo corresponden al producto que se vende.

TEXTO ACTUAL	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>Artículo 95.- El registro de marca tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por períodos de la misma duración.</p>	<p>Artículo 95.- El registro de marca tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por períodos de la misma duración. Para el registro y renovación el interesado deberá demostrar, mediante dictamen de un organismo de tercera parte, acreditado y aprobado por la autoridad competente, que el nombre y los signos utilizados en la marca, se relacionan con el producto que se ofrece.</p>

INICIATIVA ETIQUETADO DE LA LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

Por su parte, la adición de la fracción VII al artículo 128 ter a la Ley Federal de Protección al Consumidor tiene la finalidad de que se considere como una falta grave cuando una marca, sea por su nombre o los signos que utilice, induzca a la confusión del consumidor. Ejemplo de esta situación es un producto lácteo cuya marca ostenta el nombre de leche y maneja en sus signos, una vaca, animal asociado comúnmente a la leche. En este caso, a pesar de que el etiquetado contenta la leyenda de que se trata de un producto lácteo, el nombre y el signo de la propia marca induce al error en el consumidor, ya que en ocasiones compran dicho producto sin la noción de que no tiene las propiedades nutricionales para ser considerado leche.

TEXTO ACTUAL	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>ARTÍCULO 128 ter. Se considerarán casos particularmente graves:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Aquellos en que de seguir operando el proveedor, se pudieran afectar los derechos e intereses de un grupo de consumidores; II. Cuando la infracción de que se trate pudiera poner en peligro la vida, la salud o la seguridad de un grupo de consumidores; III. 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; IV. Aquellas conductas que se cometan aprovechando la escasez, lejanía o dificultad en el abastecimiento de un bien o en la prestación de un servicio; V. 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 	<p>ARTÍCULO 128 ter. Se considerarán casos particularmente graves:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Aquellos en que de seguir operando el proveedor, se pudieran afectar los derechos e intereses de un grupo de consumidores; II. Cuando la infracción de que se trate pudiera poner en peligro la vida, la salud o la seguridad de un grupo de consumidores; III. 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; IV. Aquellas conductas que se cometan aprovechando la escasez, lejanía o dificultad en el abastecimiento de un bien o en la prestación de un servicio; V. 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

INICIATIVA ETIQUETADO DE LA LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

<p>registrados por la Secretaría o por cualquiera otra autoridad competente; y</p> <p>VI. La reincidencia en la comisión de infracciones a los artículos señalados en el artículo 128 de esta ley.</p>	<p>registrados por la Secretaría o por cualquiera otra autoridad competente; y</p> <p>VI. La reincidencia en la comisión de infracciones a los artículos señalados en el artículo 128 de esta ley.</p> <p>VII. Cuando los componentes de la marca generen confusión entre los consumidores respecto a la naturaleza del producto.</p>
--	--

La adición de las fracciones VI al artículo 25 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor pretende otorgar a la Procuraduría Federal del Consumidor las facultades necesarias para sancionar a aquellas empresas que utilicen publicidad engañosa en los procesos de venta de sus productos, debido a que con la actual legislación, la Procuraduría tiene la capacidad de imponer medidas precautorias que en la mayoría de los casos pueden ser eludidas por las empresas que incurren en prácticas desleales en la publicidad de sus productos.

Por su parte, la adición de la fracción VII pretende sancionar a las empresas que mantengan un actuar reiterativo, es decir, que sean sancionadas por el mismo incumplimiento de la ley en repetidas ocasiones, a fin de evitar que sigan incurriendo en prácticas desleales sin consecuencia.

TEXTO ACTUAL	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>ARTÍCULO 25 bis. La Procuraduría podrá aplicar las siguientes medidas precautorias cuando se afecte o pueda afectar la vida, la salud, la seguridad o la economía de una colectividad de consumidores:</p> <p>I. Inmovilización de envases, bienes, productos y transportes;</p> <p>II. El aseguramiento de bienes o productos en términos de lo dispuesto por el artículo 98 ter de esta ley;</p> <p>III. Suspensión de la comercialización de bienes, productos o servicios;</p> <p>IV. Colocación de sellos de advertencia; y</p> <p>V. Ordenar la suspensión de información o publicidad a</p>	<p>ARTÍCULO 25 bis. La Procuraduría podrá aplicar las siguientes medidas precautorias cuando se afecte o pueda afectar la vida, la salud, la seguridad o la economía de una colectividad de consumidores:</p> <p>I. Inmovilización de envases, bienes, productos y transportes;</p> <p>II. El aseguramiento de bienes o productos en términos de lo dispuesto por el artículo 98 ter de esta ley;</p> <p>III. Suspensión de la comercialización de bienes, productos o servicios;</p> <p>IV. Colocación de sellos de advertencia; y</p> <p>V. Ordenar la suspensión de información o publicidad a</p>

INICIATIVA ETIQUETADO DE LA LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

que se refiere el artículo 35 de esta ley.	<p>que se refiere el artículo 35 de esta ley.</p> <p>VI. Suspensión de la publicidad de bienes, productos o servicios</p> <p>VII. Ante la reiteración en el incumplimiento de las disposiciones normativas que apliquen a los productos que elabora, proceder a la clausura del establecimiento.</p>
--	--

Finalmente, con la adición de la fracción VII al artículo 128 quater de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se considera como facultad de la PROFECO, el poder prohibir la publicidad, y no solo la comercialización como lo marca la actual ley, de un producto que no cumpla con las normas establecidas por la Secretaría de Salud.

TEXTO ACTUAL	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
ARTÍCULO 128 quater. Se sancionará con la prohibición de comercialización de bienes o productos cuando, habiendo sido suspendida ésta, se determine que no es posible su acondicionamiento, reproceso, reparación o sustitución, o bien cuando su comercialización no pueda realizarse conforme a las disposiciones de esta ley.	ARTÍCULO 128 quater. Se sancionará con la prohibición de publicidad y comercialización de bienes o productos cuando, habiendo sido suspendida ésta, se determine que no es posible su acondicionamiento, reproceso, reparación o sustitución, o bien cuando su comercialización no pueda realizarse conforme a las disposiciones de esta ley.

La importancia de la presente iniciativa radica en el beneficio que obtendrán tanto consumidores como productores, debido a que el correcto etiquetado y comercialización de la leche permitirá cuidar la salud de la población, proteger al consumidor ante la publicidad engañosa en algunos productos y apoyar el desarrollo de la industria lechera.