

ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: 0059-2CP1-22

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

| | |
|---|--|
| 1.- Nombre de la Iniciativa. | Que reforman diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor. |
| 2.- Tema de la Iniciativa. | Economía y Finanzas. |
| 3.- Nombre de quien presenta la Iniciativa. | Dip. María del Rosario Merlín García. |
| 4.- Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece. | MORENA. |
| 5.- Fecha de presentación ante el Pleno de la Comisión Permanente. | 18 de mayo de 2022. |
| 6.- Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria. | 18 de mayo de 2022. |
| 7.- Turno a Comisión. | Economía, Comercio y Competitividad. |

II.- SINOPSIS

Establecer las obligaciones a cargo de los creadores en el ámbito de la publicidad digital, en materia de información, publicidad, y anuncios publicitarios en plataformas digitales.

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 XXXI del artículo 73 en relación con el artículo 28, párrafo tercero, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA

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

- Incluir el título de la Iniciativa con Proyecto de Decreto, considerando que de conformidad con las reglas de técnica legislativa se formulará de manera genérica y referencial.

La iniciativa cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que de conformidad con el artículo 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, son los siguientes:

Encabezado o título de la propuesta; planteamiento del problema que la iniciativa pretenda resolver; problemática desde la perspectiva de género, en su caso; argumentos que la sustenten; fundamento legal; denominación del proyecto de ley o decreto; ordenamientos a modificar; texto normativo propuesto; artículos transitorios; lugar; fecha, nombre y rúbrica del iniciador.

V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE

| TEXTO VIGENTE | TEXTO QUE SE PROPONE |
|---|--|
| <p>LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR</p> <p>No tiene correlativo No tiene correlativo</p> <p>No tiene correlativo</p> | <p>INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO</p> <p>ARTÍCULO UNICO: Se adiciona el Artículo 32 Bis Capítulo III De la información y publicidad, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:</p> <p style="text-align: center;">CAPÍTULO III</p> <p style="text-align: center;">DE LA INFORMACION, PUBLICIDAD, Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES</p> <p>Artículo 32 BIS. Los creadores en el ámbito de la publicidad digital tendrán las siguientes obligaciones:</p> <p>I. El anunciante está obligado a especificar con claridad en los contratos la naturaleza publicitaria del contenido que publican;</p> <p>II. contar con los medios de prueba que acrediten la veracidad de las afirmaciones objetivas respecto de su producto o servicio, de manera previa a su difusión;</p> <p>III. respetar las normas de difusión que regulan, condicionan o prohíben la comunicación de</p> |

No tiene correlativo

determinados contenidos o la publicidad de ciertos productos;

IV. contar con las autorizaciones o licencias para el uso de signos distintivos u obras protegidas por derechos de autor en la publicidad;

V. En los casos en que los anunciantes resulten remunerados con el cobro de un monto en dinero, deberán estar inscritos en la SHCP como trabajador de servicios profesionales:

a) Siempre y cuando los anunciantes compartan en redes sociales el proceso de desempaquetar y/o revelar productos, servicios y/o experiencias que ofrezcan la marca/anunciante;

b) Cuando se realicen sorteos entre sus seguidores que involucre los productos, servicios o marcas de anunciantes;

c) Cuando muestren con relevancia, y/o describan o etiqueten una marca en fotos subidas a las redes sociales por los anunciadores;

d) Cuando suban a las redes sociales imágenes en video dentro de los cuales se exalte la presencia de una marca o se la etiquete;

| | |
|------------------------------------|---|
| <p>No tiene correlativo</p> | <p>e) Toda otra forma de anuncio o promoción viabilizada a través de redes sociales que en el futuro pueda crearse, siempre que para su ejecución exista una contraprestación entre el anunciante y la empresa;</p> <p>f) toda publicidad digital realizada por los creadores en redes sociales por la que obtengan un rédito deberá tener la leyenda #PublicaciónPaga; y</p> <p>g) Además, tendrán la obligación de mencionar al anunciante e identificar claramente aquellas comunicaciones publicitarias digitales de productos que sean inconvenientes para menores.</p> |
| | <p style="text-align: center;">TRANSITORIOS.</p> <p>PRIMERO. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p> <p>SEGUNDO. Una vez a la entrada en vigor del presente decreto las entidades federativas en un plazo de 180 días deberán adecuar sus legislaciones o reglamentos a efecto de dar cumplimiento a las modificaciones establecidas en este decreto.</p> |

Juan Carlos Sánchez.