



PODER LEGISLATIVO DEL ESTADO DE
BAJA CALIFORNIA
XXIV LEGISLATURA

225

Sergio Moctezuma
DIPUTADO LOCAL DISTRITO 8

DEPENDENCIA: Poder Legislativo
del Estado de Baja California
SECCIÓN: Comisión de Justicia
OFICIO: TL/SMML/006/2022

"2022, Año de la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres en Baja California"

Mexicali, Baja California, a 4 de febrero de 2022

DIPUTADO JUAN MANUEL MOLINA GARCÍA
Presidente de la Mesa Directiva de la H. XXIV
Legislatura Constitucional del Estado de Baja California.
Presente.-



Por este medio le envío un cordial saludo y a través del presente, con fundamento en los artículos 27 fracción I y 28 fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California, así como sus numerales 110 fracción II, 112, 115 fracción I, 117 y demás relativos de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Baja California, presento ante esta Presidencia de la Mesa Directiva:

INICIATIVA CONSISTENTE EN: ADICIONAR LA FRACCIÓN XIII AL ARTÍCULO 219 DEL CÓDIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA.

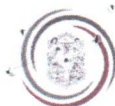
Sin otro particular me despido de Usted, reiterándole la seguridad de mi consideración más distinguida.

ATENTAMENTE

MTRO. SERGIO MOCTEZUMA MARTÍNEZ LÓPEZ
DIPUTADO PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE JUSTICIA
DE LA H. XXIV LEGISLATURA CONSTITUCIONAL DEL
ESTADO BAJA CALIFORNIA

c.c.p. Archivo
SMML/mcrv/nmpa*





DIP. JUAN MANUEL MOLINA GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA XXIV
LEGISLATURA DEL CONGRESO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
PRESENTE

El suscrito Diputado Sergio Moctezuma Martínez López, en nombre y representación del Grupo Parlamentario de Morena de esta XXIV Legislatura, de conformidad con lo establecido en los artículos 27, fracción I y 28, fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California, así como en los numerales 110, 112, 115 fracción I y demás relativos de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Baja California, presento ante esta Honorable Asamblea, **INICIATIVA CONSISTENTE EN: ADICIONAR LA FRACCIÓN XIII AL ARTÍCULO 219 DEL CÓDIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Los derechos del consumidor son el conjunto de preceptos, normas jurídicas y principios de orden público e interés social y de observancia en toda la República, que regulan la relación entre consumidores y proveedores, al adquirir bienes, productos o servicios; sus disposiciones **son irrenunciables** y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario, y la instancia correcta para hacer valer estos derechos es la **Procuraduría Federal del Consumidor**, siendo esta un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Teniendo funciones de autoridad administrativa, siendo encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, así como procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Del artículo 1º de la **Ley Federal de Protección al Consumidor**, se desprende que la misma tiene por objeto promover y proteger los derechos y la cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Es menester agregar que el espíritu de estos derechos descansa en el párrafo tercero del artículo 28 de la **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos**, que a la letra señala **“La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.”**

En tanto, el **Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales** que entró en vigor en México el 23 de junio de 1981, enuncia en su



numeral 6 que *“Entre las medidas que habrá de adoptar cada uno de los Estados Partes en el presente Pacto para lograr la plena efectividad de este derecho, deberá figurar orientación y formación técnico profesional, la preparación de programas, normas y técnicas encaminadas a conseguir un desarrollo económico, social y cultural constante y la ocupación plena y productiva, en condiciones que garanticen las libertades políticas y económicas fundamentales de la persona humana.”*

En otro aspecto, como resultado de las gestiones que realizó la **Organización Internacional de Uniones de Consumidores**, la **Asamblea General de las Naciones Unidas** aprobó el 16 de abril de 1985 la resolución 39/248, que establece las **Directrices para la Protección al Consumidor**, que es un conjunto de bases sobre las cuales los Estados miembros deben desarrollar sus políticas y leyes de protección al consumidor, de la cual destaco el derecho de *“La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores”*, consistente en que *las políticas de los gobiernos deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos*¹; en este tenor, observamos que no se está cumpliendo a cabalidad con este derecho.

Entre las necesidades legítimas que las directrices procuran atender se encuentra *el acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual.*

Asimismo, dentro de las **Directrices para la Protección al Consumidor** indica *cuales deben de ser las políticas nacionales para la protección del consumidor que deben establecer los Estados miembros, entre las que destaca la “Información clara y oportuna sobre los bienes o servicios ofrecidos por las empresas y los términos y condiciones de la transacción de que se trate”*².

Ahora bien, México ha incluido esta política dentro de su marco legal, específicamente en la fracción III del artículo 1º de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

¹ Ovalle, J. (2000). Derechos del Consumidor. Recuperado de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/56/tc.pdf>

² Organización Internacional de las Naciones Unidas. (16 de abril de 1985). Directrices para la Protección del Consumidor. Recuperado de https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;

En nuestro noble País este principio es violentado con un problema que acecha y que cada vez va en aumento, esto es la **PUBLICIDAD E INFORMACIÓN ENGAÑOSA.**

Es menester destacar que lo anterior se relaciona con otro principio básico de las relaciones de consumo mismo que indica:

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios

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.

Para un entendimiento amplio y específico de lo anterior, **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,** lo anterior de conformidad al segundo párrafo del artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En este tenor, es necesario desglosar los adjetivos que componen la definición anterior:



INEXACTITUD

1. f. Falta de exactitud.
2. f. Dicho o hecho inexacto o falso.

FALSO, SA

1. adj. Fingido o simulado. *Sonrisa falsa.*
2. adj. Incierto y contrario a la verdad. *Citas falsas. Argumentos falsos.*
3. adj. Dicho de una persona: Que miente o que no manifiesta lo que realmente piensa o siente. U. t. c. s.
4. adj. Dicho de una caballería: Que tiene resabios y cocea aun sin hostigarla.
5. adj. Dicho de una cosa: Que se hace imitando otra que es legítima o auténtica, normalmente con intención delictiva.

EXAGERAR

1. tr. Encarecer, dar proporciones excesivas.
2. tr. Decir, representar o hacer algo traspasando los límites de lo verdadero, natural, ordinario, justo o conveniente.

PARCIAL

1. adj. Perteneciente o relativo a una parte del todo.
2. adj. No cabal o completo. *Eclipse parcial.*
3. adj. Que juzga o procede con parcialidad, o que la incluye o denota. *Escritor parcial. Juicio parcial.*
4. adj. Que sigue el partido de alguien, o está siempre de su parte. U. t. c. s.

ARTIFICIOSO, SA

1. adj. Poco espontáneo, sin naturalidad.
La representación es solemne y artificiosa.
2. adj. Falso, ficticio, artificial. *El artificioso tinglado se vino abajo con estrépito.*
3. adj. Elaborado con artificio, arte y habilidad.
Artificiosos mosaicos.

TENDENCIOSO, SA

1. adj. Que manifiesta parcialidad, obedeciendo a ciertas tendencias, ideas, etc.

A través de los bienes, productos y servicios no solo se están violentando y desprotegiendo los derechos económicos de los consumidores, sino también, ***poniendo en riesgo su salud, vida y seguridad***, por ejemplo, a través de los productos milagro, que son aquellos en los que se utiliza publicidad exagerada para exaltar sus cualidades, atribuyéndole beneficios extraordinarios, propiedades curativas, sorprendentes o categóricas, estas características no se encuentran sustentadas en estudios científicos o técnicos que lo demuestren, de ahí que han sido denominados coloquialmente los **REYES DE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA**³.

Muestra de lo anterior fue un operativo llevado a cabo por la Procuraduría Federal del Consumidor y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, documentado y publicado el 14 de marzo de 2017 a través del Boletín 031, mismo que detalla que como resultado de un operativo especial conjunto, se logró el **aseguramiento de 24,273 piezas de productos milagro** que eran comercializadas en establecimientos de la Ciudad de México y el Estado de México; en las empresas sancionadas se localizaron **ingredientes no permitidos**, productos con nombres y leyendas alusivas a padecimientos y trastornos, leyendas terapéuticas en etiquetado, **caducidad vencida y condiciones sanitarias que pueden generar riesgos**⁴.

En otro contexto, a raíz de la declaratoria de emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor, a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), han surgido un sin número de remedios, bienes, productos y servicios de dudosa procedencia que afirman contrarrestar esta terrible enfermedad, y que en algunos casos, los proveedores que los ofrecen, venden o distribuyen se aprovechan de la necesidad y fe de las personas, únicamente afectando el bolsillo y salud de los consumidores. A continuación presento una serie de ejemplos reales publicados en la ***Revista del Consumidor*** en su edición de diciembre 2020:

³ Productos que engañan al Consumidor. (diciembre de 2020). Productos que engañan al Consumidor. Revista del Consumidor, Vol. 526, pp. 4-37. Recuperado de https://www.profeco.gob.mx/revista/RevistaDelConsumidor_526_Diciembre_2020.pdf

⁴ Procuraduría Federal del Consumidor. (14 de marzo de 2017). Boletín 031.- COFEPRIS y Profeco aseguran más de 24 mil piezas de productos milagro por representar riesgos para la salud. Recuperado de <https://www.gob.mx/profeco/prensa/boletin-031-cofepris-y-profeco-aseguran-mas-de-24-mil-piezas-de-productos-milagro-por-representar-riesgos-para-la-salud?idiom=es-MX>

LLAVERO DE PROTECCIÓN ANTICONTAGIO

Llavero.
Viola los Artículos 32, 56, 76
BIS y 85 de la LFPC.

No comprueba:

X Que está hecho
de acero inoxidable
de alta calidad,
resistente a la
corrosión.



CUBREBOCAS HOSPITALAR FRANCÉS

Cubre bocas.
Viola los Artículos 32, 56, 76 BIS y 85 de la
LFPC.

No comprueba:

- X** Composición: 80% poliéster y 20% rayón color blanco.
- X** Está compuesto de tres láminas: dos externas de "Spunbound" (barrera antiestática) y una intermedia de "Meltblown" (filtro de barrera viral VFE y bacterial BFE).
- X** Capacidad de absorción (96): 100 mínimo.
- X** No acumula calor ni humedad.
- X** Solidez de color al sudor, ácido o alcalino: 3 mínimo.
- X** Resistencia en seco (long): 18 kgf/cm.
- X** Liga texturizada de caucho hipoalergénico.
- X** Filtración bacteriana de un 90%.
- X** Beneficios:
Calidad:
Productos 100% hechos a mano.
Productos 100% hechos en México.

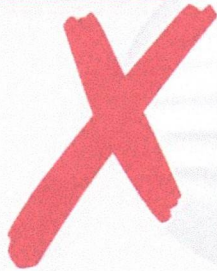


RESPIRADOR HOSPITALAR FRANCÉS

Cubrebocas.
Viola los Artículos 32, 56,
76 BIS y 85 de la LFPC.

No comprueba:

X Respirador 100%
poliéster, pieza nasal
100% metálica y
cinta elástica.



MÁSCARA HOSPITALAR

Máscara de polietileno.
Viola los Artículos 32, 56, 76
BIS y 85 de la LFPC.

No comprueba:

X Combate contra
el Coronavirus.



MACRO- ESTERILIZADOR

Esterilizador.
Viola los Artículos 32, 56,
76 BIS y 85 de la LFPC.

No comprueba:

X Macro esterilizador
5 lt+ Refill+1 lt de
regalo/esterilizante
de grado hospitalario.



127
Baja California Sur, 2020. PAGO AL SECTOR AGROPECUARIO

ESTERILIZADOR PROTECTOR

Desinfectante en aerosol.
Viola los Artículos 32, 56, 76
BIS y 85 de la LFPC.

No comprueba:

X Elimina un 99.9%
de gérmenes.



129
Baja California Sur, 2020. PAGO AL SECTOR AGROPECUARIO



Para robustecer lo anteriormente plasmado en las imágenes, se ejemplifica la publicidad engañosa, toda vez que **LOS PROVEEDORES VIOLENTAN LA LEY AL NO COMPROBAR LO OFRECIDO EN LOS PRODUCTOS.**

Muchos de estos productos realizan su publicidad y presentan información engañosa a través de redes sociales, en virtud de ello, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, desde su cuenta oficial ha emitido alertas al respecto, con la siguiente publicación:

*Si en **#RedesSociales** te ofrecen productos que supuestamente sirven para bajar de peso y no cuentan con **#RegistroSanitario**, cuidado, son **#ProductosMilagro**. Si te "aseguran" que sí tienen registro sanitario pero se promueven como "este producto no es un **#medicamento**", se trata de un fraude. Si te ofrecen **#medicamentos** sin necesidad de presentar **#RecetaMédica** ni la supervisión de un profesional de la **#salud** (con título y cédula) ¡Cuidado! puede tratarse*

de **#MedicamentosCaducos** o falsificaciones.
Siempre **#ConsultaATuMédico**

Alerta sobre productos para "bajar de peso" en redes sociales

Productos sin registro sanitario de la COFEPRIS de la Secretaría de Salud que ofrecen bajar de peso o reducir tallas, no cuentan con evidencia científica para respaldar los resultados que ofrecen y son un riesgo a la salud porque se desconocen los ingredientes que los componen y las prácticas sanitarias con que se elaboran.

Reporta la fabricación y/o comercialización de productos que sin registro sanitario ofrecen bajar de peso o tallas al **01800-0335050** o a través de la página electrónica de **denuncias sanitarias** en **www.cofepris.gob.mx**

Consulta a profesionales de la salud (con título y cédula) antes de consumir cualquier producto para bajar de peso, lleva una dieta balanceada y haz ejercicio.

ALERTA SANITARIA

COFEPRIS

18 de enero de 2015

Si en **#RedesSociales** te ofrecen productos que supuestamente sirven para bajar de peso y no cuentan con **#RegistroSanitario**, cuidado, son **#ProductosMilagro**. Si te "aseguran" que si tienen registro sanitario pero se promueven como "este producto no es un medicamento", se trata de un fraude.

Si te ofrecen **#medicamentos** sin necesidad de presentar **#RecetaMedica** ni la supervisión de un profesional de la **#salud** (con título y cédula) (**Cuidado!**) puede tratarse de **#MedicamentosCaducos** o falsificaciones.

Siempre **#ConsultaATuMédico** Ver menos

47 12 comentarios 75 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Otra muestra de los efectos fatales que han tenido los denominados reyes de la publicidad engañosa han sido el fallecimiento de personas, cayendo en una falsa ilusión por conseguir su cuerpo ideal, tal es el caso de Lucero Priscila, la joven de 24 años que murió tras ingerir "Avitia Cobrax" para bajar de peso en el año 2017⁵.

En el Estado de Coahuila, se presentó una situación similar con la muerte de una habitante del ejido El Olivo, en el municipio de Matamoros, los familiares aseguraron que fue debido a que la víctima consumía un suplemento para bajar de peso, denominado "Alka Extreme"⁶.

En México ante un caso de publicidad e información engañosa se procede de la siguiente manera de conformidad a la **Ley Federal de Protección al Consumidor**.

ARTÍCULO 35.- Sin perjuicio de la intervención que otras disposiciones legales asignen a distintas dependencias, la Procuraduría podrá:

⁵ Toribio, L. (3 de julio de 2017). Van contra anuncios de productos 'milagro', tras muerte de joven regia. *Excelsior*. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/07/03/1173486>

⁶ Briones, M. (30 de agosto de 2017). Revisan muerte por producto "milagro". *Capital Coahuila*. Recuperado de <https://www.capitalcoahuila.com.mx/local/revisan-muerte-por-producto-milagro>

- I. Ordenar al proveedor que suspenda la información o publicidad que viole las disposiciones de esta ley y, en su caso, al medio que la difunda;
- II. Ordenar que se corrija la información o publicidad que viole las disposiciones de esta ley en la forma en que se estime suficiente, y
- III. Imponer las sanciones que correspondan, en términos de esta ley.

Para los efectos de las fracciones II y III, deberá concederse al infractor la garantía de audiencia a que se refiere el artículo 123 de este ordenamiento.

Cuando la Procuraduría instaure algún procedimiento administrativo relacionado con la veracidad de la información, podrá ordenar al proveedor que en la publicidad o información que se difunda, se indique que la veracidad de la misma no ha sido comprobada ante la autoridad competente.

ARTÍCULO 37.- La falta de veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones prometidas o sugeridas, además de las sanciones que se apliquen conforme a esta ley, dará lugar al cumplimiento de lo ofrecido o, cuando esto no sea posible, a la reposición de los gastos necesarios que pruebe haber efectuado el adquirente y, en su caso, al pago de la bonificación o compensación a que se refiere el artículo 92 TER de esta ley

En cuanto a las sanciones en este rubro, el artículo 128 Ter de la multicitada ley nos indica que 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 se considerara como un caso particularmente grave; así también, se podrá sancionar con clausura total o parcial, la cual podrá ser hasta de noventa días y con multa de \$174,205.27 a \$4,877,747.21 pesos, 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.

A manera de robustecer lo anterior, me permito citar de manera textual la siguiente tesis jurisprudencial:



PUBLICIDAD ENGAÑOSA. CARGA DE LA PRUEBA ATENDIENDO A SUS ENUNCIADOS EMPÍRICOS Y/O VALORATIVOS.

El artículo **32, párrafo primero, de la Ley Federal de Protección al Consumidor**, prevé que la información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberá ser veraz, comprobable y exenta de descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosa o abusiva. En la misma línea, el artículo **42** de la referida ley establece como una obligación del proveedor entregar el bien de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegada, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor. De acuerdo con lo anterior, el proveedor debe contar con el respaldo técnico y científico que acredite que la información o publicidad de un determinado producto es exacta y verdadera, es decir, que los atributos del producto que anuncia son comprobables. En ese sentido, cuando se trata de la afectación de derechos de los consumidores que aduzcan y presenten indicios de que la publicidad o información difundida por el proveedor es engañosa, la carga probatoria se distribuye según el tipo de enunciado que se trate de demostrar (empírico o valorativo). ***Ante la valoración de enunciados empíricos (exactitud y veracidad) la carga de la prueba para demostrar que el producto cumplió con los términos y condiciones ofertados es para el proveedor, debido a que se encuentra en una situación de ventaja frente al consumidor ya que conoce la eficacia del producto ofrecido y cuenta con la información y aptitudes técnicas y científicas para aportar los elementos de prueba necesarios para demostrar que su información es comprobable y, por ende, no induce a error al consumidor. En cambio, cuando se está frente a un enunciado valorativo (exageración, parcialidad, artificio o tendencioso), el consumidor tiene la carga de la prueba de que***



dicha información o publicidad tiene esas características y que su emisión lo condujo al error o confusión. Todo lo anterior, conforme a los principios lógico y ontológico de la prueba, y a efecto de salvaguardar los derechos previstos en la **parte final del tercer párrafo del artículo 28 constitucional**, en relación con el capítulo III, de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Amparo directo en revisión 2244/2014. Procuraduría Federal del Consumidor. 11 de marzo de 2015. Cinco votos de los Ministros Arturo Zaldívar Lelo de Larrea, quien formuló voto concurrente, José Ramón Cossío Díaz, Jorge Mario Pardo Rebolledo, Olga Sánchez Cordero de García Villegas y Alfredo Gutiérrez Ortiz Mena. Ponente: José Ramón Cossío Díaz. Secretario: Rodrigo Montes de Oca Arboleya.

Esta tesis se publicó el viernes 04 de diciembre de 2015 a las 10:30 horas en el Semanario Judicial de la Federación.

Como hemos podido analizar a través de la presente iniciativa las consecuencias de la publicidad e información engañosa pueden llegar a ser fatales, poniendo en riesgo no solo el bolsillo del consumidor, sino su salud y en casos extremos pero no aislados su vida; es agobiante e imperdonable que aun existan proveedores que cometan este tipo de prácticas comerciales prohibidas, lo más probable es que sea debido a que prefieren pagar las multas derivadas de estos actos, pero este inicialista considera que debemos establecer medidas más rigurosas para que un proveedor realmente recapacite del mal que está causando; esto es a través de la tipificación de esta práctica comercial.

Actualmente en un ámbito internacional, en España se encuentra tipificado a través de artículo 282 de la ***Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal***⁷:

Artículo 282.

Serán castigados con la pena de prisión de seis meses a un año o multa de 12 a 24 meses los fabricantes o comerciantes que, en sus ofertas o publicidad de productos o servicios, hagan alegaciones falsas o manifiesten características

⁷ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444&p=20211109&tn=1>



inciertas sobre los mismos, de modo que puedan causar un perjuicio grave y manifiesto a los consumidores, sin perjuicio de la pena que corresponda aplicar por la comisión de otros delitos.

En el caso de Colombia, de acuerdo al artículo ***“La publicidad engañosa, una modalidad de estafa en las relaciones de consumo, de acuerdo al marco jurídico colombiano”*** publicado en la Revista Vis Iuris de la Universidad Sergio Arboleda, en su edición No. 4, Vol. 2, Julio-Diciembre de 2015, concluye que la publicidad engañosa es el medio o el camino que puede conllevar a configurar el delito de estafa. Si bien sus definiciones son parecidas, su criterio de aplicabilidad son diferentes, pues mientras una es una sanción administrativa, la otra es considerada como un delito, que para su configuración requiere de elementos necesarios e indispensables para considerar su ocurrencia⁸.

Hoy Diputadas y Diputados pido que nos unamos para hacer frente a los proveedores que a través de engaños y falsas ilusiones ponen en riesgo la economía, salud y vida de nuestros representados, no permitamos más víctimas, innovemos por el bien de todas y todos los bajacalifornianos.

CUADRO COMPARATIVO

Para mayor claridad, se presentan las reformas propuestas a través del siguiente cuadro comparativo:

CÓDIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
Publicado en el Periódico Oficial No. 23, de fecha 20 de agosto de 1989,
Sección II, Tomo XCVI.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO
ARTÍCULO 219.- Fraudes específicos.- Las mismas penas señaladas en el artículo anterior, se impondrán: I.- Al que obtenga dinero, valores o cualquiera otra cosa ofreciendo encargarse de la defensa de un acusado o de un imputado o de la dirección o patrocinio de un asunto	ARTÍCULO 219.- (...) De la I a XII (...)

⁸ Acosta-Lobo, O., Salazar-Álvarez, L., & Narváez-Mercado, B. (2016). La publicidad engañosa, una modalidad de estafa en las relaciones de consumo, de acuerdo al marco jurídico colombiano. Vis Iuris. Revista De Derecho Y Ciencias Sociales, 2(4), 71-80. <https://doi.org/10.22518/vis.v2i42015.976>



civil o administrativo, si no efectúa aquella o no realiza ésta, sea porque no se haga cargo legalmente de la misma, o porque renuncie o abandone el negocio o la causa sin motivo justificado;

II.- Al que por título oneroso enajene alguna cosa con conocimiento de que no tiene derecho para disponer de ella o la arriende, hipoteque, empeñe o grave de cualquier otro modo, si ha recibido el precio, el alquiler, la cantidad en que la gravó, parte de ellos o un lucro equivalente;

III.- Al que obtenga de otro una cantidad de dinero o cualquier otro lucro, otorgándole o endosándole a nombre propio o de otro, un Título de crédito, contra una persona supuesta o que el otorgante sabe que no ha de pagarlo;

IV.- Al que venda a dos personas una misma cosa, sea mueble o raíz y reciba el precio de la primera o de la segunda enajenación, de ambas o parte de él, o cualquier otro lucro con perjuicio del primero o del segundo comprador;

V.- Al fabricante, empresario, contratista o constructor de una obra cualquiera, que emplee en la construcción de la misma, materiales en cantidad o calidad inferior a la estipulada, siempre que haya recibido el precio o parte de él;

VI.- Al que venda o traspase una negociación sin autorización de los acreedores de ella, o sin que el nuevo adquirente se comprometa a responder de los créditos, siempre que estos últimos resulten insolutos.



Cuando la enajenación sea hecha por una persona moral, serán penalmente responsables los que autoricen aquella y los dirigentes, administradores o mandatarios que la efectúen;

VII.- Al que habiendo recibido mercancías con subsidio o franquicia para darles un destino determinado, las distrajere de este destino o en cualquier forma desvirtue los fines perseguidos con el subsidio o la franquicia;

VIII.- A los intermediarios en operaciones de traslación de dominio de bienes inmuebles o gravámenes reales sobre estos, que obtengan dinero, títulos o valores por el importe de su precio o a cuenta de el o para constituir ese gravámen, si no los destinaren, en todo o en parte, al objeto de la operación concertada, por su disposición en provecho propio o de otro;

Para los efectos de este delito se entenderá que un intermediario no ha dado su destino, o ha dispuesto en todo o en parte del dinero, títulos o valores obtenidos por el importe del precio o a cuenta del inmueble objeto de la traslación de dominio o del gravamen real, si no realiza su depósito en Nacional Financiera, S.A., o en cualquier institución de depósito, dentro de los treinta días siguientes a su recepción, a favor de su propietario o poseedor, a menos que lo hubiere entregado, dentro de ese término, al vendedor o al deudor del gravamen real, o devuelto al comprador, o al acreedor del mismo gravamen.



Las mismas sanciones se impondrán a los gerentes, directivos, mandatarios con facultades de dominio o administración, administradores de las personas morales que no cumplan o hagan cumplir la obligación a que se refiere el párrafo anterior.

El depósito se entregará por Nacional Financiera, S.A., o la institución de depósito que se trate, a su propietario o al comprador.

Cuando el sujeto activo del delito devuelva a los interesados las cantidades de dinero obtenidas con su actuación, antes de que se formule conclusiones en el proceso respectivo, la sanción que se le aplicará será la de tres días a seis meses de prisión, y

IX.- A los constructores o vendedores de edificios en condominio que obtengan dinero, títulos o valores por el importe de su precio o a cuenta de él, si no lo destinaren, en todo o en parte, al objeto de la operación concertada, por su disposición en provecho propio o de otro.

Es aplicable a lo dispuesto en esta fracción lo determinado en los párrafos segundo y quinto de la fracción anterior.

Las instituciones y organismos auxiliares de crédito, las de fianza y las de seguros, así como los organismos oficiales y descentralizados autorizados legalmente para operar con inmuebles, quedan exceptuadas de



las obligaciones de constituir el depósito a que se refiere la fracción VIII.

X.- Al fiador que habiendo garantizado la libertad por exhibición de garantía económica de un imputado, caiga deliberadamente en insolvencia para impedir que se haga efectiva la caución, a raíz de la revocación del beneficio.

XI.- A quien venda o intercambie por algún otro bien, vales de papel o cualquier dispositivo en forma de tarjeta plástica, emitido por personas morales utilizados para intercambiar o canjear bienes y servicios con conocimientos que son falso.

XII.- Al que haga efectivos vales de papel o cualquier dispositivo en forma de tarjeta plástica, emitido por personas morales para intercambiar o canjear bienes o servicios, ante las tiendas o establecimientos que los aceptan, con conocimientos de que son falsos.

XIII.- Al propietario de la negociación si es persona física, o a su representante legal si es persona moral que en sus ofertas, información o publicidad de productos, bienes o servicios difunda 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, obteniendo con ello un lucro indebido.

(Fracción Adicionada)



Por lo anteriormente expuesto y fundado me permito someter a esta Honorable Asamblea, la aprobación de la **INICIATIVA CONSISTENTE EN ADICIONAR LA FRACCIÓN XIII AL ARTÍCULO 219 DEL CÓDIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**, para quedar como sigue:

RESOLUTIVOS

ÚNICO.- SE ADICIONA LA FRACCIÓN XIII AL ARTÍCULO 219 DEL CÓDIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA, PARA QUEDAR COMO SIGUE:

ARTÍCULO 219.- Fraudes específicos.- Las mismas penas señaladas en el artículo anterior, se impondrán:

I.- Al que obtenga dinero, valores o cualquiera otra cosa ofreciendo encargarse de la defensa de un acusado o de un imputado o de la dirección o patrocinio de un asunto civil o administrativo, si no efectúa aquella o no realiza ésta, sea porque no se haga cargo legalmente de la misma, o porque renuncie o abandone el negocio o la causa sin motivo justificado;

II.- Al que por título oneroso enajene alguna cosa con conocimiento de que no tiene derecho para disponer de ella o la arriende, hipoteque, empeñe o grave de cualquier otro modo, si ha recibido el precio, el alquiler, la cantidad en que la gravó, parte de ellos o un lucro equivalente;

III.- Al que obtenga de otro una cantidad de dinero o cualquier otro lucro, otorgándole o endosándole a nombre propio o de otro, un Título de crédito, contra una persona supuesta o que el otorgante sabe que no ha de pagarlo;

IV.- Al que venda a dos personas una misma cosa, sea mueble o raíz y reciba el precio de la primera o de la segunda enajenación, de ambas o parte de él, o cualquier otro lucro con perjuicio del primero o del segundo comprador;

V.- Al fabricante, empresario, contratista o constructor de una obra cualquiera, que emplee en la construcción de la misma, materiales en cantidad o



calidad inferior a la estipulada, siempre que haya recibido el precio o parte de él;

VI.- Al que venda o traspase una negociación sin autorización de los acreedores de ella, o sin que el nuevo adquirente se comprometa a responder de los créditos, siempre que estos últimos resulten insolutos. Cuando la enajenación sea hecha por una persona moral, serán penalmente responsables los que autoricen aquella y los dirigentes, administradores o mandatarios que la efectúen;

VII.- Al que habiendo recibido mercancías con subsidio o franquicia para darles un destino determinado, las distrajera de este destino o en cualquier forma desvirtue los fines perseguidos con el subsidio o la franquicia;

VIII.- A los intermediarios en operaciones de traslación de dominio de bienes inmuebles o gravámenes reales sobre estos, que obtengan dinero, títulos o valores por el importe de su precio o a cuenta de el o para constituir ese gravámen, si no los destinaren, en todo o en parte, al objeto de la operación concertada, por su disposición en provecho propio o de otro;

Para los efectos de este delito se entenderá que un intermediario no ha dado su destino, o ha dispuesto en todo o en parte del dinero, títulos o valores obtenidos por el importe del precio o a cuenta del inmueble objeto de la traslación de dominio o del gravamen real, si no realiza su depósito en Nacional Financiera, S.A., o en cualquier institución de depósito, dentro de los treinta días siguientes a su recepción, a favor de su propietario o poseedor, a menos que lo hubiere entregado, dentro de ese término, al vendedor o al deudor del gravamen real, o devuelto al comprador, o al acreedor del mismo gravamen.

Las mismas sanciones se impondrán a los gerentes, directivos, mandatarios con facultades de dominio o administración, administradores de las personas morales que no cumplan o hagan cumplir la obligación a que se refiere el párrafo anterior.



El depósito se entregará por Nacional Financiera, S.A., o la institución de depósito que se trate, a su propietario o al comprador.

Cuando el sujeto activo del delito devuelva a los interesados las cantidades de dinero obtenidas con su actuación, antes de que se formule conclusiones en el proceso respectivo, la sanción que se le aplicará será la de tres días a seis meses de prisión, y

IX.- A los constructores o vendedores de edificios en condominio que obtengan dinero, títulos o valores por el importe de su precio o a cuenta de él, si no lo destinaren, en todo o en parte, al objeto de la operación concertada, por su disposición en provecho propio o de otro.

Es aplicable a lo dispuesto en esta fracción lo determinado en los párrafos segundo y quinto de la fracción anterior.

Las instituciones y organismos auxiliares de crédito, las de fianza y las de seguros, así como los organismos oficiales y descentralizados autorizados legalmente para operar con inmuebles, quedan exceptuadas de las obligaciones de constituir el depósito a que se refiere la fracción VIII.

X.- Al fiador que habiendo garantizado la libertad por exhibición de garantía económica de un imputado, caiga deliberadamente en insolvencia para impedir que se haga efectiva la caución, a raíz de la revocación del beneficio.

XI.- A quien venda o intercambie por algún otro bien, vales de papel o cualquier dispositivo en forma de tarjeta plástica, emitido por personas morales utilizados para intercambiar o canjear bienes y servicios con conocimientos que son falso.

XII.- Al que haga efectivos vales de papel o cualquier dispositivo en forma de tarjeta plástica, emitido por personas morales para intercambiar o canjear bienes o servicios, ante las tiendas o establecimientos que

los aceptan, con conocimientos de que son falsos.

XIII.- Al propietario de la negociación si es persona física, o a su representante legal si es persona moral que en sus ofertas, información o publicidad de productos, bienes o servicios difunda 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, obteniendo con ello un lucro indebido.

(Fracción Adicionada)

ARTÍCULO TRANSITORIO

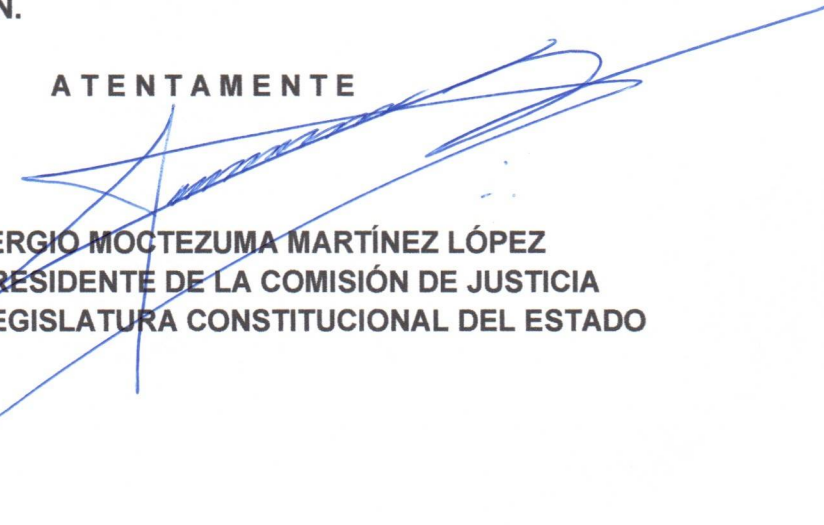
ÚNICO. - La presente reforma entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado de Baja California.

TRANSITORIO

ÚNICO.- La presente reforma entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado de Baja California.

DADO EN SALÓN DE SESIONES “LIC. BENITO JUÁREZ GARCÍA” DEL PODER LEGISLATIVO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA, A LA FECHA DE SU PRESENTACIÓN.

ATENTAMENTE



**MTRO. SERGIO MOCTEZUMA MARTÍNEZ LÓPEZ
DIPUTADO PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE JUSTICIA
DE LA H. XXIV LEGISLATURA CONSTITUCIONAL DEL ESTADO**