



GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CÁMARA

(Artículo 36, Ley 5ª de 1992)
 IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
 www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XXI - N° 916

Bogotá, D. C., martes, 11 de diciembre de 2012

EDICIÓN DE 8 PÁGINAS

DIRECTORES:

GREGORIO ELJACH PACHECO
 SECRETARIO GENERAL DEL SENADO
 www.secretariasenado.gov.co

JORGE HUMBERTO MANTILLA SERRANO
 SECRETARIO GENERAL DE LA CÁMARA
 www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PÚBLICO

SENADO DE LA REPÚBLICA

INFORMES DE CONCILIACIÓN

INFORME DE CONCILIACIÓN AL PROYECTO DE LEY NÚMERO 52 DE 2012 SENADO, 225 DE 2012 CÁMARA

por medio de la cual se rinde homenaje al folclore veleño, Festival Nacional de la Guabina y el Tiple, Desfile de las Flores, Parranda Veleña y se dictan otras disposiciones – Ley Francisco Benavides.

Bogotá, D. C., diciembre 11 de 2012

Doctores

ROY BARRERAS

Presidente

Senado de la República

AUGUSTO POSADA SÁNCHEZ

Presidente

Cámara de Representantes

Ciudad

Asunto: Informe de Conciliación al Proyecto de ley número 52 de 2012 Senado 225 de 2012 Cámara, por medio de la cual se rinde homenaje al folclore veleño, Festival Nacional de la Guabina y el Tiple, Desfile de las Flores, Parranda Veleña y se dictan otras disposiciones – Ley Francisco Benavides.

Señores Presidentes:

Conforme las designaciones efectuadas por las Presidencias del honorable Senado de la República y de la honorable Cámara de Representantes, y en atención a lo establecido en los artículos 161 de la Constitución Política y 186 de la Ley 5ª de 1992, nos permitimos someter a consideración de las plenarias de Senado y Cámara de Representantes el texto conciliado del proyecto de ley de la referencia, dirimiendo de esta manera las discrepancias existentes entre los textos aprobados en Sesión Plenaria de la Cámara y Senado.

Por lo anterior, y una vez realizado el análisis comparativo de los textos aprobados en las respectivas Cámaras para establecer las diferencias entre los textos materia de conciliación, decidimos acoger en su totalidad el texto aprobado en segundo debate por la Plenaria del Senado de la República.

Dadas las anteriores consideraciones, nos permitimos presentar ante las Plenarias del Senado de la República y de la Cámara de Representantes, el texto conciliado que a continuación transcribimos: *por medio de la cual se rinde homenaje al folclore veleño, Festival Nacional de la Guabina y el Tiple, Desfile de las Flores, Parranda Veleña y se dictan otras disposiciones – Ley Francisco Benavides.*

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. *Objeto.* Declarar patrimonio cultural inmaterial de la Nación el Folclore Veleño, el Festival Nacional de la Guabina y el Tiple de Vélez (Santander); el desfile de las Flores de Vélez, Santander, y la Parranda Veleña, a la vez que se les brinda protección a sus diversas expresiones.

Artículo 2°. La Nación, a través del Ministerio del Interior y del Ministerio de Cultura, contribuirán al fomento, divulgación, desarrollo de programas y proyectos que adelanta el municipio de Vélez (Santander) y sus fuerzas vivas para exaltar este municipio como ciudad ejemplo para los colombianos.

Artículo 3°. Autorízase al Ministerio de Cultura su concurso en la modernización del Festival Nacional de la Guabina y el Tiple de Vélez - Santander, como patrimonio cultural inmaterial de la Nación, en el siguiente aspecto:

– Organización del Festival Nacional de la Guabina y el Tiple de Vélez (Santander), promoviendo la interacción de la cultura nacional con la universal.

Artículo 4°. *De las obras y su financiación.* A partir de la promulgación de la presente ley y conforme a lo establecido en los artículos 288, 334, 341 y 345 de la Constitución Política, las competencias establecidas en la Ley 715 de 2001 y sus Decretos Reglamentarios, la Ley 819 de 2003, se autoriza al Gobierno Nacional para que incorpore dentro del Presupuesto General de la Nación e impulse a través del Sistema Nacional de Cofinanciación, las apropiaciones necesarias que permitan la construcción, adecuación y dotación de las siguientes obras:

Remodelación y mantenimiento del Parque Nacional del Folclore de Vélez, Santander.

Construcción de escenarios adecuados para la realización del Festival Nacional de la Guabina y el Tiple y cualquier evento de tipo cultural folclórico en el municipio de Vélez, Santander.

Construcción y adecuación de escuelas folclóricas en el municipio de Vélez, Santander, que sirvan de apoyo a las expresiones auténticas de los eventos declarados patrimonio cultural en la presente ley.

Las apropiaciones autorizadas en el presupuesto General de la Nación deberán contar para su ejecución

con los respectivos programas y proyectos de inversión.

Artículo 5°. Reconózcase a los creadores y gestores culturales que participen en las tradiciones folclóricas: el Festival Nacional de la Guabina y el Tiple de Vélez, Santander, el Desfile de las Flores de Vélez, Santander y la Parranda Veleña, los estímulos señalados en la Ley 397 de 1997, Ley 1185 de 2008 y su decreto reglamentario 2941 de 2009.

Artículo 6°. *Vigencia*. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación.

Honorio Galvis A., Senador; *Díder A. Tavera Amado*, Representante a la Cámara.

PONENCIAS

PONENCIA PARA SEGUNDO DEBATE AL PROYECTO DE LEY NÚMERO 86 DE 2011 SENADO

*Ley sobre Argumentos Ambientales
y otras disposiciones.*

Bogotá, D. C., diciembre 6 de 2012

Doctora

NORA MARÍA GARCÍA BURGOS

Presidenta

Comisión Quinta Constitucional

Senado de la República

Ciudad

Referencia: Ponencia para Segundo Debate al Proyecto de ley número 86 de 2011 Senado, Ley sobre Argumentos Ambientales y otras disposiciones.

Respetado Presidente:

Atendiendo lo establecido en la Ley 5ª de 1992 y la honrosa designación que me hiciera la Mesa Directiva de la Comisión Quinta del Senado de la República, presento el siguiente informe de ponencia para segundo debate al Proyecto de ley número 86 de 2011 Senado, *Ley sobre Argumentos Ambientales y otras disposiciones*, para que sea puesto a consideración de los honorables Senadores.

Atentamente,

Héctor Julio Alfonso López,
Senador Ponente.

PONENCIA PARA SEGUNDO DEBATE AL PROYECTO DE LEY NÚMERO 86 DE 2011 SENADO

*Ley sobre Argumentos Ambientales
y otras disposiciones.*

Honorables Senadores de la República Miembros de la Plenaria:

En cumplimiento de la designación que me hiciera la Presidencia de la Comisión Quinta Constitucional Permanente del Senado de la República y de conformidad con lo establecido en el artículo 150 y siguientes de la Ley 5ª de 1992 – Reglamento del Congreso de la República –, someto a consideración de los honorables Senadores el **Informe de Ponencia para Segundo Debate, del Proyecto de ley número 86 de 2011 Senado, Ley sobre Argumentos Ambientales y otras disposiciones.**

1. Origen de la iniciativa

La presente iniciativa es de origen parlamentario, fue radicada por el honorable Senador de la República Jorge Eduardo Géchem Turbay.

2. Competencia

La Comisión Quinta del honorable Senado de la República, es competente para conocer esta iniciativa, toda vez que el proyecto busca avanzar en el tema de la responsabilidad social ambiental, como compromiso latinoamericano y compromiso con el planeta, siendo el objeto del proyecto concordante con los asuntos que conoce la Comisión Quinta.

El Proyecto de ley propuesto a consideración de esta honorable Corporación desarrolla de manera especial y prevalente los derechos colectivos y del ambiente contenidos en el Capítulo 3 del Título II de la Constitución Política de Colombia y conexos, bajo la égida y la potestad conferida en el artículo 150 de la Carta, para garantizar efectivamente los derechos denominados de tercera generación, y en tal sentido regular los argumentos ambientales, que son los que permiten a la industria transmitir las cualidades ambientales de sus productos; y, a su vez, facilitan a los consumidores el conocimiento del distinto impacto ambiental derivado de la adquisición, utilización o eliminación del producto o servicio promocionado, permitiéndoles adoptar decisiones de compra ambientalmente más informadas y responsables. Teniendo en cuenta que la preocupación no sólo surge en la actualidad del Estado sino de todos los Estados, es una preocupación compartida en el escenario internacional, ya que la visión del proyecto permite expresar con carácter responsable las calidades y cualidades que tengan los productos y reportar su impacto ambiental para que todos podamos ser responsables ambientalmente.

3. Objeto del proyecto

Este proyecto de ley tiene por objeto garantizar efectivamente los derechos denominados de tercera generación, y en tal sentido regular los argumentos ambientales, que son los que permiten a la industria transmitir las cualidades ambientales de sus productos; y, a su vez, facilitan a los consumidores el conocimiento del distinto impacto ambiental derivado de la adquisición, utilización o eliminación del producto o servicio promocionado, permitiéndoles adoptar decisiones de compra ambientalmente más informadas y responsables. Teniendo en cuenta que la preocupación no sólo surge en la actualidad del Estado sino de todos los Estados, es una preocupación compartida en el escenario internacional, ya que la visión del proyecto permite expresar con carácter responsable las calidades y cualidades que tengan los productos y reportar su impacto ambiental para que todos podamos ser responsables ambientalmente.

El proyecto en estudio se encuentra compuesto por 14 artículos, en donde se desarrollan el ámbito de aplicación de la ley propuesta, se formulan definiciones, luego se resaltan los principios bajo los cuales se desarrollará dicha ley, se establecen responsabilidades y la competencia para su reglamentación, vigilancia y control.

La reglamentación será competencia del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, que para efectos de la presentación del texto original presentado en su artículo décimo segundo se corrige el nombre del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, que para la época de la presentación del proyecto era correcto, por el nombre actual que es Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

En cuanto a la competencia, vigilancia y control estará en cabeza de la Superintendencia de Industria y Comercio.

4. Justificación

El proyecto en su exposición de motivos desarrolla de manera especial y prevalente los derechos colectivos y del ambiente contenidos en el Capítulo 3 del Título II de la Constitución Política de Colombia y conexos, bajo la égida y la potestad conferida en el artículo 150 de la Carta, para garantizar efectivamente los derechos denominados de tercera generación, y en tal sentido regular los argumentos ambientales, que son los que permiten a la industria transmitir las cualidades ambientales de sus productos; y, a su vez, facilitan a los consumidores el conocimiento del distinto impacto ambiental derivado de la adquisición, utilización o eliminación del producto o servicio promocionado, permitiéndoles adoptar decisiones de compra ambientalmente más informadas y responsables. Teniendo en cuenta que la preocupación no sólo surge en la actualidad del Estado sino de todos los Estados, es una preocupación compartida en el escenario internacional, ya que la visión del proyecto permite expresar con carácter responsable las calidades y cualidades que tengan los productos y reportar su impacto ambiental para que todos podamos ser responsables ambientalmente.

El proyecto propende por la protección del medio ambiente, el cual no sólo incumbe al Estado, sino a todos los estamentos de la sociedad; es un compromiso de la presente generación y de las futuras. El restablecimiento de las condiciones mínimas del ecosistema no sólo garantiza la vida actual, sino la de las próximas generaciones, en el que se subraya avanzamos con el presente proyecto de ley, como significativo aporte al espíritu del Constituyente primario.

5. Pliego de modificaciones

Para consideración de este proyecto de ley la modificación se haría en el artículo 12. Reglamentación, del texto original radicado se cambia el nombre del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial por el nombre actual El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en virtud de la Ley 1444 de mayo 4 de 2011, *por medio de la cual se escinden unos Ministerios, se otorgan precisas facultades extraordinarias al Presidente de la República para modificar la estructura de la administración pública y la planta de personal de la Fiscalía General de la Nación y se dictan otras disposiciones.*

6. Proposición

Por las razones expuestas, solicito a los honorables Senadores de la Plenaria del Senado de la República, dar segundo debate al **Proyecto de ley número 86 de**

2011 Senado, Ley sobre Argumentos Ambientales y otras disposiciones, de acuerdo con el texto propuesto.

Cordialmente,

Héctor Julio Alfonso López,

Senador Ponente.

TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE AL PROYECTO DE LEY 86 DE 2011 SENADO

*Ley sobre Argumentos Ambientales
y otras disposiciones.*

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. *Ámbito de Aplicación.* La presente ley se aplica a todos los argumentos, declaraciones y afirmaciones ambientales utilizadas en cualquier tipo de mensajes públicos, incluidos los publicitarios que sean emitidos a través de los medios de comunicación en el país, así como a las distintas actividades que se realizan y están relacionadas con las ventas directas de bienes o servicios.

Artículo 2°. *Definiciones.* Para los efectos de la presente ley se adoptan las siguientes definiciones y se establecen las directrices para el uso de los siguientes argumentos ambientales:

Compostable: característica de un producto, empaque, envase, embalaje o componente asociado que le permite biodegradarse generando una sustancia, tipo humus, relativamente homogénea y estable.

Este argumento no debe ser utilizado si el compost, el sistema de compostaje o el medio ambiente resultan afectados negativamente por el producto, empaque, envase, embalaje o componente que se descompone.

La afirmación de que un elemento es compostable debe completarse, en su caso, con información sobre el tipo de compostador o proceso de compostaje, componentes compostables, preparación requerida, materiales o productos necesarios, duración y condiciones del proceso y disponibilidad de servicios de compostaje.

Degradable: característica de un producto, empaque, envase o embalaje o componente asociado que, en determinadas condiciones, se descompone en una cierta proporción y en un periodo dado.

Este argumento no debe ser utilizado en el caso de productos, empaques, envases, embalajes o componentes que en el proceso de descomposición liberan sustancias en concentraciones dañinas para el medio ambiente.

La indicación de que un elemento es degradable debe sustentarse en algún método experimental específico aprobado internacionalmente que aporte información sobre el máximo nivel de degradación alcanzado y la duración de la prueba, además de ser congruente con las circunstancias de eliminación más probables en el entorno de que se trate.

Biodegradable: característica de un producto, empaque, envase, embalaje o componente que se descompone por microorganismos en presencia de oxígeno para formar bióxido de carbono, agua y sales minerales, así como también biomasa; o en ausencia de oxígeno se descompone para producir bióxido de carbono, metano, sales minerales y nueva biomasa.

Este argumento no debe ser utilizado en el caso de productos, empaques, envases, embalajes o componentes que en el proceso de descomposición liberan

sustancias en concentraciones dañinas para el medio ambiente.

La indicación de que un elemento es biodegradable debe sustentarse en algún método experimental específico aprobado internacionalmente que aporte información sobre el máximo nivel de biodegradación alcanzado y la duración de la prueba, además de ser congruente con las circunstancias de eliminación más probables en el entorno de que se trate.

Reciclable: Característica de un producto, empaque, envase, embalaje o componente asociado que permite sustraerlo del tratamiento convencional de los residuos a través de procesos y programas disponibles para ser recogido, procesado y reutilizado en forma de materias primas o productos.

Reciclado

a) Contenido de reciclado:

Proporción, en peso, de un material reciclado presente en un producto, empaque, envase o embalaje. Sólo los materiales posindustria o posconsumo pueden ser considerados como integrantes del contenido de reciclado.

Los materiales posindustria son aquellos materiales desviados de la corriente de residuos durante el proceso de manufactura y no recuperados para aprovecharlos en el mismo proceso. Queda excluida de este concepto la reutilización de desbastes o retales generados en un proceso y que pueden ser recuperados para el mismo proceso del que se han obtenido.

Los materiales posconsumo son generados por los hogares, los comercios y las organizaciones industriales o institucionales en su condición de usuarios finales de un producto que no puede ser utilizado como tal por más tiempo para el propósito inicial;

b) Material reciclado:

Material posindustria o posconsumo que ha sido recogido y procesado, a partir de residuos, por medio de un programa o proceso de manufactura y convertido en una materia prima, un componente o producto final;

c) Material recuperado

Material que ha sido desechado como un residuo que se ha recogido y recuperado para ser utilizado como materia prima en procesos de reciclaje o manufactura o con fines de recuperación energética.

Reciclar: Someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar.

Consumo Reducido de Agua: Menor consumo de agua asociada al uso de un producto que está realizando la función para la que ha sido concebido, en comparación con la cantidad de agua utilizada por otros productos que realizan una función igual o equivalente.

Los argumentos presentados en esta categoría, además de tener que ser comprobables, hacen referencia a las reducciones obtenidas en el uso de los productos y servicios, no en su fabricación, empaque, envase o embalaje.

Consumo Reducido de Energía: Menor cantidad de energía consumida asociada al uso de un producto que está realizando la función para la que ha sido concebido, en comparación con la cantidad de energía utilizada por otros productos que realizan una función igual o equivalente.

Los argumentos presentados en esta categoría, además de tener que ser demostrables, hacen referencia a

las reducciones obtenidas en el uso de los productos y servicios, no en su fabricación, empaque, envase, embalaje o transporte.

Uso Reducido de Recursos: Menor cantidad de materiales, energía o agua utilizados para producir o distribuir un producto o su empaque, envase o embalaje o algún componente específico asociado.

Una afirmación de uso reducido de recursos debe ser expresada como un porcentaje de reducción en comparación con otros productos del mercado que cumplan los mismos fines. Los porcentajes de reducción para el producto y para su empaque, envase, embalaje o componente específico asociado, deben ser expresados de forma separada, no combinándose en ningún caso.

En las declaraciones de uso reducido de recursos debe indicarse con claridad cuáles son los tipos de recursos a los que se hace referencia. Los porcentajes de reducción deben expresarse de forma separada para cada recurso. Si la reducción anunciada causa un incremento en el consumo de otros recursos, deben indicarse cuáles son estos recursos, así como sus porcentajes de incremento, en comparación con otros productos del mercado que cumplan los mismos fines.

Reutilizable o rellenable: Característica propia de un producto, empaque, envase o embalaje concebido y diseñado para cumplir, en su ciclo de vida, un cierto número de usos para el mismo propósito para el que fue diseñado o con otros fines.

Reducción de residuos: Menor cantidad de materiales que se convierten en residuos como resultado de cambios en procesos, productos, empaques, envases o embalajes.

Artículo 3°. *Principios.* Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones de carácter ambiental deben respetar las normas y principios de la competencia leal. No podrán denigrar, confundir, ni realizar afirmaciones que no correspondan a la verdad en relación con productos o servicios, marcas, o empresas de la competencia, ni atribuir a los productos o servicios anunciados características y calidades objetivas que no sean ciertas o comprobables en condiciones reales colombianas. Los anuncios publicitarios que contengan argumentos ambientales deben fundamentarse en los principios de legalidad, lealtad, veracidad y objetividad.

Artículo 4°. *Principio de Legalidad.* Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones ambientales se ajustarán a la legislación vigente, cualquiera que sea su contenido, el medio de difusión o la forma en que se utilicen.

Artículo 5°. *Principio de Lealtad.* Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones ambientales se ajustarán a los preceptos de la buena fe y de los buenos usos mercantiles, cualquiera que sea su contenido, el medio de difusión o la forma en que se utilicen.

Artículo 6°. *Principio de veracidad.* Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones ambientales, deben ser comprobables y veraces. Por consiguiente, no deben ser susceptibles de inducir a error a los destinatarios de las mismas, en particular, sobre las ventajas reales de tipo ambiental ni sobre las acciones que esté llevando a cabo el anunciante en beneficio del medio ambiente. Tampoco deben omitir o silenciar da-

tos sustanciales o hechos relevantes si dicha omisión puede inducir a error o a desinformar a los consumidores y al público en general.

a) Los argumentos ambientales deben reevaluarse y actualizarse cuando sea necesario para reflejar los cambios en la tecnología, en los productos ofrecidos al mercado o en otras circunstancias que puedan alterar la exactitud y vigencia de la declaración o referencia correspondiente;

b) Los argumentos ambientales deben ser comprobados previamente a su uso en las condiciones reales colombianas y estar basados en pruebas generalmente admitidas nacional o internacionalmente, objetivas, documentadas, actuales y suficientes los cuales deben ser verificables por:

– Una declaración ambiental se considerará verificable únicamente en el caso de que dicha comprobación pueda realizarse sin tener que acceder a información que se le dé carácter confidencial.

– El declarante es responsable de la evaluación previa y de facilitar los datos e información necesarios para la constatación de las declaraciones ambientales.

– Las comunicaciones comerciales no pueden dar a entender que los argumentos ambientales utilizados gozan de aceptación universal cuando ello no es estrictamente cierto o si existe alguna duda razonable o división de conceptos científicos sobre esos argumentos.

Artículo 7°. *Principio de Objetividad.*

a) Los argumentos, referencias y declaraciones ambientales deben utilizar un lenguaje sencillo y ser precisos, evitando expresiones exageradas, confusas o ambiguas que puedan generar interpretaciones vagas o incorrectas.

b) Los argumentos, referencias y declaraciones ambientales referidos a productos o servicios deben ser específicos, pertinentes y objetivos. En consecuencia:

– Deben referirse al producto o servicio promocionado o a la gama o tecnología objeto de la promoción.

– Deben ser pertinentes para dicho producto o servicio.

– Deben ser aplicables en la zona donde se produce el impacto ambiental correspondiente.

– Deben ser específicos en cuanto a su objeto. Debe indicarse si la declaración se aplica al producto en su conjunto, o únicamente a uno de sus componentes o elementos, o al empaque, envase y embalaje.

– Deben ser específicos en cuanto a la etapa o propiedad a que los argumentos, referencias o declaraciones se refieren. Deben precisar las etapas del ciclo de vida del producto o de sus propiedades para las que están comprobados.

– Deben ser específicos en cuanto al aspecto ambiental o a la mejora ambiental objeto de la declaración.

– No deben formularse con distintas terminologías que den a entender múltiples ventajas para un solo cambio ambiental.

– Las aseveraciones genéricas o no específicas sobre beneficios de tipo ambiental, en particular aseveraciones tales como “no dañino para el medio ambiente”, “verde”, “ecológico”, “sostenible o sustentable”, “en armonía con la naturaleza” deben evitarse o justificarse mediante acotaciones. Estas precisiones deben ser destacadas, claras, notorias y fácilmente entendibles, deben figurar cerca de la aseveración

acotada para asegurar que se lean de forma conjunta. Cualquier información adicional o explicativa relativa a argumentos ambientales debe presentarse de manera que quede clara la integralidad del argumento ambiental, debe ubicarse cerca de este y no puede contradecir ni limitar de manera esencial el argumento principal.

Artículo 8°. *Normas Especiales.*

a) Cuando el argumento ambiental se refiere a la disminución de componentes o elementos que tengan un impacto ambiental, debe señalarse claramente cuáles se han reducido. Tales argumentos ambientales únicamente se justifican cuando se refieren a procesos, componentes o elementos que produzcan una mejora significativa del comportamiento ambiental del producto, tomando en cuenta todos los aspectos relevantes del ciclo de vida del producto;

b) Los argumentos ambientales en el sentido de que un producto no contiene un determinado ingrediente o componente (por ejemplo, que el producto está “libre de X” o “sin X”), sólo pueden utilizarse en aquellos casos en que la sustancia especificada no sea detectable;

c) Los argumentos ambientales sobre disposición de residuos son aceptables siempre y cuando el método recomendado de separación, recolección o procesamiento sea generalmente y fácilmente accesible para una mayoría de consumidores en el área de que se trate.

Artículo 9°. *Demostraciones y Testimonios Científicos.*

a) Solo pueden utilizarse demostraciones técnicas o científicas acerca del impacto ambiental cuando se encuentren apoyadas en pruebas científicas previamente demostradas y consultadas;

b) La publicidad no debe reproducir o hacer uso de testimonios científicos o técnicos, o que se perciban como tales, cuyas afirmaciones no estén previamente comprobadas y sus resultados puedan conocerse.

Artículo 10. *Signos y símbolos.*

a) Los signos y símbolos utilizados en las comunicaciones no deben ser susceptibles de inducir a error sobre su fuente, significado o sobre las características de los bienes o servicios a los que acompañan;

b) Deben ser fácilmente distinguibles de otros signos y símbolos, especialmente aquellos relacionados con características ambientales diferentes;

c) Deben ser usados de tal forma que no sugieran falsamente la existencia de una aprobación oficial o certificación de terceros;

d) Cuando un símbolo aparece en un producto porque el fabricante ha patrocinado o contribuido económicamente a la organización cuyo símbolo se muestra, esta circunstancia debe quedar claramente expresa. En particular, debe evitarse dar a entender que la utilización de dicho símbolo supone un aval por parte de la entidad patrocinada de las actividades o productos del patrocinador;

e) Los signos o símbolos registrados a través de los cuales se transmitan a los consumidores cualidades o propiedades de una marca, de un producto o de sus componentes, empaques, envases o embalajes, relacionadas con argumentos, declaraciones y referencias ambientales, y que no cuenten con la certificación independiente de un tercero, deben acompañarse de una afirmación explicativa cuando el signo o símbolo por sí solo sea susceptible de confusión o de inducir a error.

Artículo 11. *Responsabilidad.* La responsabilidad por los argumentos, declaraciones, afirmaciones y referencias ambientales y por el incumplimiento de las directrices de esta ley corresponde al anunciante.

Artículo 12. *Reglamentación.* El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible reglamentará, en el término de los seis meses siguientes a la vigencia de la presente ley, las sanciones a que diere lugar el incumplimiento de esta ley.

Artículo 13. *Vigilancia y Control.* La Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con la reglamentación del artículo 12 de esta ley y con los Decretos número 1687 de 2010 y 3523 de 2009 y el Decreto número 3466 de 1982 será la encargada de la vigilancia y control para el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta ley.

Artículo 14. *Vigencia y Derogatorias.* La presente ley rige a partir de su fecha de publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Héctor Julio Alfonso López,
Senador Ponente.

TEXTO DEFINITIVO APROBADO EN PRIMER DEBATE POR LA COMISIÓN QUINTA CONSTITUCIONAL PERMANENTE DEL HONORABLE SENADO DE LA REPÚBLICA AL PROYECTO DE LEY NÚMERO 86 DE 2011 SENADO "Ley sobre Argumentos Ambientales y otras disposiciones"

El Congreso de Colombia
DECRETA:

Artículo 1°. *Ámbito de aplicación.* La presente ley se aplica a todos los argumentos, declaraciones y afirmaciones ambientales utilizadas en cualquier tipo de mensajes públicos, incluidos los publicitarios que sean emitidos a través de los medios de comunicación en el país, así como a las distintas actividades que se realizan y están relacionadas con las ventas directas de bienes o servicios.

Artículo 2°. *Definiciones.* Para los efectos de la presente ley se adoptan las siguientes definiciones y se establecen las directrices para el uso de los siguientes argumentos ambientales:

Compostable: Característica de un producto, empaque, envase, embalaje o componente asociado que le permite biodegradarse generando una sustancia, tipo humus, relativamente homogénea y estable.

Este argumento no debe ser utilizado si el compost, el sistema de compostaje o el medio ambiente resultan afectados negativamente por el producto, empaque, envase, embalaje o componente que se descompone.

La afirmación de que un elemento es compostable debe completarse, en su caso, con información sobre el tipo de compostador o proceso de compostaje, componentes compostables, preparación requerida, materiales o productos necesarios, duración y condiciones del proceso y disponibilidad de servicios de compostaje.

Degradable: Característica de un producto, empaque, envase o embalaje o componente asociado que, en determinadas condiciones, se descompone en una cierta proporción y en un periodo dado.

Este argumento no debe ser utilizado en el caso de productos, empaques, envase, embalajes o componentes que en el proceso de descomposición liberan sustancias en concentraciones dañinas para el medio ambiente.

La indicación de que un elemento es degradable debe sustentarse en algún método experimental específico aprobado internacionalmente que aporte información sobre el máximo nivel de degradación alcanzado y la duración de la prueba, además de ser congruente con las circunstancias de eliminación más probables en el entorno de que se trate.

Biodegradable: Característica de un producto, empaque, envase, embalaje o componente que se descompone por microorganismos en presencia de oxígeno para formar bióxido de carbono, agua y sales minerales, así como también biomasa; o en ausencia de oxígeno se descompone para producir bióxido de carbono, metano, sales minerales y nueva biomasa.

Este argumento no debe ser utilizado en el caso de productos, empaques, envases, embalajes o componentes que en el proceso de descomposición liberan sustancias en concentraciones dañinas para el medio ambiente.

La indicación de que un elemento es biodegradable debe sustentarse en algún método experimental específico aprobado internacionalmente que aporte información sobre el máximo nivel de biodegradación alcanzado y la duración de la prueba, además de ser congruente con las circunstancias de eliminación más probables en el entorno de que se trate.

Reciclable: Característica de un producto, empaque, envase, embalaje o componente asociado que permite sustraerlo del tratamiento convencional de los residuos a través de procesos y programas disponibles para ser recogido, procesado y reutilizado en forma de materias primas o productos.

Reciclado

a) Contenido de reciclado:

Proporción, en peso, de un material reciclado presente en un producto, empaque, envase o embalaje. Solo los materiales postindustria o posconsumo pueden ser considerados como integrantes del contenido de reciclado.

Los materiales posindustria son aquellos materiales desviados de la corriente de residuos durante el proceso de manufactura y no recuperados para aprovecharlos en el mismo proceso. Queda excluida de este concepto la reutilización de desbastes o retales generados en un proceso y que pueden ser recuperados para el mismo proceso del que se han obtenido.

Los materiales posconsumo son generados por los hogares, los comercios y las organizaciones industriales o institucionales en su condición de usuarios finales de un producto que no puede ser utilizado como tal por más tiempo para el propósito inicial.

b) Material reciclado:

Material posindustria o posconsumo que ha sido recogido y procesado, a partir de residuos, por medio de un programa o proceso de manufactura y convertido en una materia prima, un componente o producto final.

c) Material recuperado

Material que ha sido desechado como un residuo que se ha recogido y recuperado para ser utilizado como materia prima en procesos de reciclaje o manufactura o con fines de recuperación energética.

Reciclar: Someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar.

Consumo reducido de agua: Menor consumo de agua asociada al uso de un producto que está realizando la función para la que ha sido concebido, en

comparación con la cantidad de agua utilizada por otros productos que realizan una función igual o equivalente.

Los argumentos presentados en esta categoría, además de tener que ser comprobables, hacen referencia a las reducciones obtenidas en el uso de los productos y servicios, no en su fabricación, empaque, envase o embalaje.

Consumo reducido de energía: Menor cantidad de energía consumida asociada al uso de un producto que está realizando la función para la que ha sido concebido, en comparación con la cantidad de energía utilizada por otros productos que realizan una función igual o equivalente.

Los argumentos presentados en esta categoría, además de tener que ser demostrables, hacen referencia a las reducciones obtenidas en el uso de los productos y servicios, no en su fabricación, empaque, envase, embalaje o transporte.

Uso reducido de recursos: Menor cantidad de materiales, energía o agua utilizados para producir o distribuir un producto o su empaque, envase o embalaje o algún componente específico asociado.

Una afirmación de uso reducido de recursos debe ser expresada como un porcentaje de reducción en comparación con otros productos del mercado que cumplan los mismos fines. Los porcentajes de reducción para el producto y para su empaque, envase, embalaje o componente específico asociado, deben ser expresados de forma separada, no combinándose en ningún caso.

En las declaraciones de uso reducido de recursos debe indicarse con claridad cuáles son los tipos de recursos a los que se hace referencia. Los porcentajes de reducción deben expresarse de forma separada para cada recurso. Si la reducción anunciada causa un incremento en el consumo de otros recursos, deben indicarse cuáles son estos recursos, así como sus porcentajes de incremento, en comparación con otros productos del mercado que cumplan los mismos fines.

Reutilizable o rellenable: Característica propia de un producto, empaque, envase o embalaje concebido y diseñado para cumplir, en su ciclo de vida, un cierto número de usos para el mismo propósito para el que fue diseñado o con otros fines.

Reducción de residuos: Menor cantidad de materiales que se convierten en residuos como resultado de cambios en procesos, productos, empaques, envases o embalajes.

Artículo 3°. Principios. Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones de carácter ambiental deben respetar las normas y principios de la competencia leal. No podrán denigrar, confundir, ni realizar afirmaciones que no correspondan a la verdad en relación con productos o servicios, marcas, o empresas de la competencia, ni atribuir a los productos o servicios anunciados características y calidades objetivas que no sean ciertas o comprobables en condiciones reales colombianas. Los anuncios publicitarios que contengan argumentos ambientales deben fundamentarse en los principios de legalidad, lealtad, veracidad y objetividad.

Artículo 4°. Principio de Legalidad. Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones ambientales se ajustarán a la legislación vigente, cualquiera que sea su contenido, el medio de difusión o la forma en que se utilicen.

Artículo 5°. Principio de Lealtad. Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones ambientales se ajustarán a los preceptos de la buena fe y de los buenos usos mercantiles, cualquiera que sea su contenido, el medio de difusión o la forma en que se utilicen.

Artículo 6°. Principio de veracidad. Los mensajes públicos, incluidos los publicitarios que contengan argumentos, referencias y declaraciones ambientales, deben ser comprobables y veraces. Por consiguiente, no deben ser susceptibles de inducir a error a los destinatarios de las mismas, en particular, sobre las ventajas reales de tipo ambiental ni sobre las acciones que esté llevando a cabo el anunciante en beneficio del medio ambiente. Tampoco deben omitir o silenciar datos sustanciales o hechos relevantes si dicha omisión puede inducir a error o a desinformar a los consumidores y al público en general.

a) Los argumentos ambientales deben reevaluarse y actualizarse cuando sea necesario para reflejar los cambios en la tecnología, en los productos ofrecidos al mercado o en otras circunstancias que puedan alterar la exactitud y vigencia de la declaración o referencia correspondiente.

b) Los argumentos ambientales deben ser comprobados previamente a su uso en las condiciones reales colombianas y estar basados en pruebas generalmente admitidas nacional o internacionalmente, objetivas, documentadas, actuales y suficientes los cuales deben ser verificables por:

– Una declaración ambiental se considerará verificable únicamente en el caso de que dicha comprobación pueda realizarse sin tener que acceder a información que se le dé carácter confidencial.

– El declarante es responsable de la evaluación previa y de facilitar los datos e información necesarios para la constatación de las declaraciones ambientales.

– Las comunicaciones comerciales no pueden dar a entender que los argumentos ambientales utilizados gozan de aceptación universal cuando ello no es estrictamente cierto o si existe alguna duda razonable o división de conceptos científicos sobre esos argumentos.

Artículo 7°. Principio de Objetividad

a) Los argumentos, referencias y declaraciones ambientales deben utilizar un lenguaje sencillo y ser precisos, evitando expresiones exageradas, confusas o ambiguas que puedan generar interpretaciones vagas o incorrectas;

b) Los argumentos, referencias y declaraciones ambientales referidos a productos o servicios deben ser específicos, pertinentes y objetivos. En consecuencia:

– Deben referirse al producto o servicio promocionado o a la gama o tecnología objeto de la promoción.

– Deben ser pertinentes para dicho producto o servicio.

– Deben ser aplicables en la zona donde se produce el impacto ambiental correspondiente.

– Deben ser específicos en cuanto a su objeto. Debe indicarse si la declaración se aplica al producto en su conjunto, o únicamente a uno de sus componentes o elementos, o al empaque, envase y embalaje.

– Deben ser específicos en cuanto a la etapa o propiedad a que los argumentos, referencias o declaraciones se refieren. Deben precisar las etapas del ciclo de vida del producto o de sus propiedades para las que están comprobados.

– Deben ser específicos en cuanto al aspecto ambiental o a la mejora ambiental objeto de la declaración.

– No deben formularse con distintas terminologías que den a entender múltiples ventajas para un solo cambio ambiental.

– Las aseveraciones genéricas o no específicas sobre beneficios de tipo ambiental, en particular aseveraciones tales como “no dañino para el medio ambiente”, “verde”, “ecológico”, “sostenible o sustentable”, “en armonía con la naturaleza” deben evitarse o justificarse mediante acotaciones. Estas precisiones deben ser destacadas, claras, notorias y fácilmente entendibles, deben figurar cerca de la aseveración acotada para asegurar que se lean de forma conjunta. Cualquier información adicional o explicativa relativa a argumentos ambientales debe presentarse de manera que quede clara la integralidad del argumento ambiental, debe ubicarse cerca de este y no puede contradecir ni limitar de manera esencial el argumento principal.

Artículo 8°. Normas especiales

a) Cuando el argumento ambiental se refiere a la disminución de componentes o elementos que tengan un impacto ambiental, debe señalarse claramente cuáles se han reducido. Tales argumentos ambientales únicamente se justifican cuando se refieren a procesos, componentes o elementos que produzcan una mejora significativa del comportamiento ambiental del producto, tomando en cuenta todos los aspectos relevantes del ciclo de vida del producto;

b) Los argumentos ambientales en el sentido de que un producto no contiene un determinado ingrediente o componente (por ejemplo, que el producto está “libre de X” o “sin X”), sólo pueden utilizarse en aquellos casos en que la sustancia especificada no sea detectable;

c) Los argumentos ambientales sobre disposición de residuos son aceptables siempre y cuando el método recomendado de separación, recolección o procesamiento sea generalmente y fácilmente accesible para una mayoría de consumidores en el área de que se trate.

Artículo 9°. Demostraciones y testimonios científicos.

a) Solo pueden utilizarse demostraciones técnicas o científicas acerca del impacto ambiental cuando se encuentren apoyadas en pruebas científicas previamente demostradas y consultadas;

b) La publicidad no debe reproducir o hacer uso de testimonios científicos o técnicos, o que se perciban como tales, cuyas afirmaciones no estén previamente comprobadas y sus resultados puedan conocerse.

Artículo 10. Signos y símbolos.

a) Los signos y símbolos utilizados en las comunicaciones no deben ser susceptibles de inducir a error sobre su fuente, significado o sobre las características de los bienes o servicios a los que acompañan;

b) Deben ser fácilmente distinguibles de otros signos y símbolos, especialmente aquellos relacionados con características ambientales diferentes;

c) Deben ser usados de tal forma que no sugieran falsamente la existencia de una aprobación oficial o certificación de terceros;

d) Cuando un símbolo aparece en un producto porque el fabricante ha patrocinado o contribuido económicamente a la organización cuyo símbolo se muestra, esta circunstancia debe quedar claramente expresa. En

particular, debe evitarse dar a entender que la utilización de dicho símbolo supone un aval por parte de la entidad patrocinada de las actividades o productos del patrocinador;

e) Los signos o símbolos registrados a través de los cuales se transmitan a los consumidores cualidades o propiedades de una marca, de un producto o de sus componentes, empaques, envases o embalajes, relacionadas con argumentos, declaraciones y referencias ambientales, y que no cuenten con la certificación independiente de un tercero, deben acompañarse de una afirmación explicativa cuando el signo o símbolo por sí solo sea susceptible de confusión o de inducir a error.

Artículo 11. Responsabilidad. La responsabilidad por los argumentos, declaraciones, afirmaciones y referencias ambientales y por el incumplimiento de las directrices de esta ley corresponde al anunciante.

Artículo 12. Reglamentación. El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible reglamentará, en el término de los seis meses siguientes a la vigencia de la presente ley, las sanciones a que diere lugar el incumplimiento de esta ley.

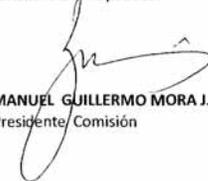
Artículo 13. Vigilancia y control. La Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con la reglamentación del artículo 12 de esta ley y con la Ley 1480 de 2011, por medio de la cual establece un nuevo estatuto de protección al consumidor, y el Decreto 4886 será la encargada de la vigilancia y control para el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta ley.

Artículo 14. Vigencia y derogatorias. La presente ley rige a partir de su fecha de publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

En los anteriores términos fue aprobado en primer debate el Proyecto de ley número 86 de 2011 Senado “Ley sobre argumentos ambientales y otras disposiciones”. En sesión del martes doce (12) de junio de dos mil doce (2012).

Ponente:

HECTOR JULIO ALFONSO LOPEZ
Senador de la República



MANUEL GUILLERMO MORA J.
Presidente Comisión



DELCEY HOYOS ABAD
Secretaria General

CONTENIDO

Gaceta número 916 - Martes, 11 de diciembre de 2012
SENADO DE LA REPÚBLICA

Págs.

INFORMES DE CONCILIACIÓN

Informe de conciliación al Proyecto de ley número 52 de 2012 Senado, 225 de 2012 Cámara, por medio de la cual se rinde homenaje al folclore veleño, Festival Nacional de la Guabina y el Tiple, Desfile de las Flores, Parranda Veleña y se dictan otras disposiciones – Ley Francisco Benavides..... 1

PONENCIAS

Ponencia para segundo debate, texto propuesto y texto definitivo aprobado en primer debate por la Comisión Quinta al Proyecto de ley número 86 de 2011 Senado, Ley sobre Argumentos Ambientales y otras disposiciones..... 2