

DIPUTADO BALTAZAR GAONA GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO DE
MICHOACÁN DE OCAMPO.
P R E S E N T E. –

MARÍA ITZÉ CAMACHO ZAPIAIN y JUAN CARLOS BARRAGÁN VÉLEZ, Diputados integrantes de la Septuagésima Sexta Legislatura del Congreso del Estado de Michoacán, así como integrante del grupo parlamentario del partido MORENA, y de conformidad con lo establecido en los artículos 36, fracción II; 37 y 44, fracción I y XXX de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo; 8, fracción II; 234 y 235 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo; someto a consideración de este Honorable Congreso la presente ***iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforma la fracción XIV del artículo 53 de la Ley de Educación del Estado de Michoacán de Ocampo***, con base en la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La sociedad contemporánea se encuentra marcada por una dinámica de consumo cada vez más acelerada, en la que la producción, la publicidad, la disponibilidad inmediata de bienes y servicios, así como el crecimiento del comercio digital, han transformado la manera en que las personas deciden qué comprar, cómo comprar y con qué frecuencia hacerlo. En este contexto, el consumo dejó de responder únicamente a necesidades básicas o funcionales, para convertirse también en una



práctica influida por factores sociales, emocionales, económicos, tecnológicos y culturales.

El modelo actual de consumo ha generado beneficios económicos y una mayor disponibilidad de productos; sin embargo, también ha traído consigo efectos negativos derivados del sobreconsumo, entendido como la adquisición excesiva, impulsiva o innecesaria de bienes y servicios, sin considerar plenamente sus consecuencias económicas, sociales y ambientales. Esta problemática se refleja en patrones de endeudamiento, desperdicio, presión social por adquirir productos, generación excesiva de residuos y uso intensivo de recursos naturales.

A nivel internacional, diversos organismos han advertido que los actuales patrones de producción y consumo ejercen una presión creciente sobre el planeta. El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente ha señalado que el uso mundial de recursos naturales pasó de 30 mil millones de toneladas en 1970 a 106 mil millones de toneladas en años recientes, lo que evidencia un incremento significativo en la extracción y procesamiento de materiales. Este mismo organismo ha señalado que dichas actividades representan una parte importante de las emisiones que contribuyen al calentamiento global, así como de otros impactos ambientales y de salud.

De igual forma, el Banco Mundial ha advertido que la generación de residuos sólidos continúa aumentando a nivel global, impulsada por la urbanización, el crecimiento de los ingresos y los patrones de consumo.

Sus estimaciones más recientes señalan que, de no modificarse las tendencias actuales, los residuos municipales podrían aumentar de 2.56 mil millones de toneladas en 2022 a 3.86 mil millones de toneladas para el año 2050. Este dato



muestra que el problema no se limita a la disposición final de la basura, sino que comienza desde la manera en que las sociedades producen, compran, usan y desechan.

En México, esta realidad también es evidente. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, durante 2022 se recolectaron en promedio 108,146 toneladas diarias de residuos sólidos urbanos en el país. Esta cantidad equivale a una generación diaria considerable de basura derivada de actividades domésticas, comerciales y de consumo cotidiano.

Por ello, hablar de consumo consciente no es únicamente hablar de hábitos individuales, sino también de una estrategia educativa que puede contribuir a reducir desperdicios, prevenir compras innecesarias y fomentar decisiones más responsables desde edades tempranas.

El consumo inconsciente también se ha visto intensificado por los entornos digitales. Niñas, niños y adolescentes se encuentran expuestos de forma permanente a publicidad, tendencias, recomendaciones algorítmicas, promociones, contenidos de influencers y mensajes comerciales que pueden incentivar compras impulsivas o deseos de consumo no siempre vinculados con necesidades reales. UNICEF ha advertido que las niñas, niños y adolescentes ocupan actualmente una posición relevante dentro del ecosistema de marketing digital, no solo como consumidores potenciales, sino también como personas capaces de influir en las decisiones de consumo de sus familias.

Asimismo, estudios recientes de UNICEF en América Latina han identificado que una proporción importante de niñas, niños y adolescentes se encuentra expuesta a publicidad mientras navega en redes sociales, lo cual confirma la necesidad de



fortalecer herramientas educativas que les permitan analizar críticamente los mensajes comerciales que reciben; y es en este escenario, que la escuela se convierte en un espacio fundamental para formar criterios de decisión, pensamiento crítico y hábitos responsables frente al consumo.

El consumo consciente implica que las personas reflexionen antes de adquirir un bien o servicio; que distingan entre necesidad, deseo e impulso; que consideren el impacto económico de sus decisiones; que valoren la durabilidad, utilidad y origen de los productos; y que comprendan las consecuencias ambientales de comprar, usar y desechar.

No se trata de prohibir el consumo, sino de educar para consumir mejor, de manera más informada, responsable y sostenible.

En ese sentido, la educación tiene un papel fundamental, pues la formación de una cultura de consumo consciente desde la niñez permite desarrollar habilidades para la vida cotidiana, fortalecer la educación financiera, promover la cultura del ahorro, evitar decisiones impulsivas y generar conciencia sobre el impacto ambiental de los hábitos de compra. Cuando una niña, niño o adolescente aprende a preguntarse si realmente necesita un producto, si puede reutilizarlo, si existen opciones más responsables o si su compra afecta su economía familiar o el medio ambiente, se está formando una ciudadanía más crítica y corresponsable.

La Ley de Educación del Estado de Michoacán de Ocampo ya reconoce, dentro de los contenidos de los planes y programas de estudio, la promoción del emprendimiento social, el fomento de la cultura del ahorro y la educación financiera; sin embargo, la redacción vigente puede fortalecerse incorporando expresamente



el consumo consciente, a fin de ampliar el enfoque formativo hacia decisiones de compra más responsables, informadas y sostenibles.

La presente iniciativa establece la incorporación del consumo consciente dentro de la fracción XIV del artículo 53 permite armonizar la educación financiera con una visión integral que considera no solo el manejo del dinero, sino también el impacto social y ambiental de las decisiones de consumo.

Educación en consumo consciente desde las escuelas representa una medida preventiva, formativa y de largo plazo; su importancia radica en que permite construir desde edades tempranas una cultura de responsabilidad frente al consumo, fortalece la autonomía económica de las personas, contribuye al cuidado del medio ambiente, fomenta el ahorro, reduce la normalización del desperdicio y promueve una ciudadanía más informada frente a la publicidad, el consumismo y las presiones comerciales del entorno actual.

Esta reforma tiene la finalidad de incorporar el consumo consciente como parte de los contenidos educativos que deben resaltarse en el Estado, fortaleciendo así la formación integral de niñas, niños y adolescentes, y contribuyendo a una sociedad más responsable, crítica, sostenible y solidaria.

Por todo lo anterior, la iniciativa se presenta bajo el cuadro comparativo siguiente:

LEY DE EDUCACIÓN DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO	
DICE	DEBE DECIR
Artículo 53. En los contenidos de los planes y programas de estudio que determine la autoridad federal, al impartirse en el Estado, de acuerdo con el tipo y nivel educativo, cada una de las	Artículo 53. ...



autoridades en la materia, deberá resaltar, de entre todos, los siguientes:	
I al XIII. ...	I al XIII. ...
XIV. La promoción del emprendimiento social, el fomento de la cultura del ahorro y la educación financiera;	XIV. La promoción del emprendimiento social, el fomento de la cultura del ahorro, la educación financiera y el consumo consciente ;
XV al XXV. ...	XV al XXV. ...

Es que, por las razones expuestas en nuestro carácter de Diputados integrantes de la Septuagésima Sexta Legislatura del Congreso del Estado de Michoacán e integrante del grupo parlamentario de MORENA, en ejercicio de las facultades que me confieren los artículos 36, fracción II; 37 y 44, fracción I y XXX de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo, someto a consideración de este Honorable Congreso, el siguiente proyecto de:

DECRETO:

ÚNICO. Se reforma la fracción XIV del artículo 53 de la Ley de Educación del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

Artículo 53. ...

I al XIII. ...

XIV. La promoción del emprendimiento social, el fomento de la cultura del ahorro, la educación financiera **y el consumo consciente**;

XV al XXV. ...

TRANSITORIOS



Único. El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo.

Dado en el Palacio del Poder Legislativo de Morelia, Michoacán, 29 de mayo del 2026.

ATENTAMENTE

**DIP. MARIA ITZÉ CAMACHO
ZAPIAIN**

**DIP. JUAN CARLOS BARRAGÁN
VÉLEZ**

LA PRESENTE HOJA CON FIRMA CORRESPONDE A LA INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL REFORMA LA FRACCIÓN XIV DEL ARTÍCULO 53 DE LA LEY DE EDUCACIÓN DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO, A 29 DE MAYO DEL 2026, PRESENTADA POR LA DIP. MARIA ITZÉ CAMACHO ZAPIAIN Y EL DIP. JUAN CARLOS BARRAGÁN VÉLEZ

JCBV/MICZ/mfrp*