

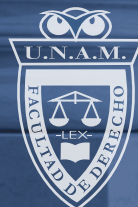
DERECHOS DEL CONSUMIDOR

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE DERECHO
DIVISIÓN DE UNIVERSIDAD ABIERTA



GUÍA DE ESTUDIO

Guía de estudio elaborada por:
Lic. Omar García Gálvez



FACULTAD DE DERECHO DERECHOS DEL CONSUMIDOR NOVENO O DÉCIMO SEMESTRE

Datos curriculares:

- **Nombre de la asignatura:** Derechos del Consumidor
- **Ciclo:** Licenciatura
- **Plan de estudios:** 1471
- **Carácter:** Electiva / Optativa
- **Créditos:** 8
- **Asignatura precedente:** Ninguna
- **Asignatura subsecuente:** Ninguna

Características de los destinatarios:

- Alumnas y alumnos inscritos al octavo semestre que cuenten con conocimientos de derecho procesal y derecho administrativo, así como habilidades cognoscitivas como comprensión de lectura, uso adecuado del lenguaje, razonamiento lógico, capacidad reflexiva, buena redacción, sintaxis, entre otras.

Criterios de acreditación:

Examen final 100%

Duración (horas):

64

Guía de estudio elaborada por:

Lic. Omar García Gálvez

Objetivo general:

Explicará y analizará los antecedentes, contenido, objeto y demás aspectos que integran al Derecho de Protección al Consumidor, así como la ley que lo regula, tanto en su aspecto adjetivo como sustantivo.

Objetivo ideal de guía:

Analizará y comprenderá los antecedentes históricos, trascendencia, objeto, marco regulatorio de los Derechos del Consumidor, reconocidos por nuestra legislación como derecho fundamental con base constitucional.

Asimismo, conocerá y estudiará las acciones, herramientas y procedimientos que el estado mexicano ha establecido para tutelar, promover y proteger a los consumidores.

Índice temático

Unidad 1. Nociones básicas

- 1.1 Derechos sociales protegidos por el Estado.
- 1.2 Ombudsman como protector de los derechos de la colectividad.
- 1.3 Resoluciones de 1975 de la ONU.
- 1.4 Primer antecedente legislativo (iniciativa de la Ley de Protección al Consumidor).
- 1.5 CONAMPROS. Sector laboral como precursor.
- 1.6 Primera Ley Federal de Protección al Consumidor de 1976.

Unidad 2. Ley Federal De Protección al Consumidor

- 2.1 Orden público.
- 2.2 Interés social.
- 2.3 Ámbito espacial de aplicación. Carácter federal y local de la ley.
- 2.4 Ámbito personal de aplicación.
 - 2.4.1 Definición de consumidor.
 - 2.4.2 Definición de proveedor.
- 2.5 Procuraduría Federal del Consumidor.
 - 2.5.1 Competencia y atribuciones.

Unidad 3. Derechos del consumidor

- 3.1 Información y publicidad.
- 3.2 Seguridad.
 - 3.2.1 En los términos del contrato.
 - 3.2.2 En su persona y confidencialidad.
- 3.3 Promociones y ofertas.
- 3.4 Ventas a domicilio.
- 3.5 Servicios.
- 3.6 Operaciones de crédito.
- 3.7 Operaciones con inmuebles.
- 3.8 Garantías.
- 3.9 Contratos de adhesión.
- 3.10 Incumplimiento.

Unidad 4. Derecho procesal del consumidor

- 4.1 Acción.
- 4.2 Forma.
- 4.3 Notificaciones.
- 4.4 Términos.
- 4.5 Pruebas.
- 4.6 Personalidad.
- 4.7 Prescripción.
- 4.8 Autoridades.
- 4.9 Procedimiento conciliatorio.
- 4.10 Procedimiento arbitral.
 - 4.10.1 Recurso procesal.
- 4.11 Procedimiento por infracciones a la ley.
- 4.12 Convenios y contratos.
- 4.13 Sanciones.

4.14 Ejecución de los convenios.

4.15 Resultados de la imposibilidad de ejecutar los derechos de los consumidores por la vía administrativa.

Unidad 5. Administración de los consumidores

5.1 Organización administrativa internacional.

5.2 Organización administrativa nacional.

5.3 Organización administrativa privada.

Introducción a la asignatura

Los Derechos del Consumidor regulan las relaciones de consumo de bienes y servicios, con la finalidad de procurar el equilibrio en los acuerdos entre consumidores y proveedores, tales derechos han sido reconocidos a nivel global, a partir de la segunda mitad del siglo XX.

El equilibrio se busca a través de la aplicación de un marco normativo específico singular con reglas protectoras que limitan la autonomía de la voluntad que opera de manera general en las materias civil y mercantil.

En la actualidad, estos derechos buscan promover y proteger la vida, la salud, la educación para el consumo, el acceso a la información, la seguridad, el acceso a la justicia y la economía del consumidor.

Así como, la protección en las transacciones realizadas mediante comercio electrónico, las que se realizan fuera de los establecimientos mercantiles, las que afectan a la infancia y a la población vulnerable, contra la publicidad engañosa, contra las prácticas comerciales y el empleo de cláusulas abusivas, entre otras.

Incluso se reconoce la libertad de constituir grupos u organizaciones de consumidores para alcanzar el respeto de los derechos individuales o colectivos, como un contrapeso a los abusos o malas prácticas de los proveedores, en ese sentido, su estudio y conocimiento es primordial para la formación de cualquier jurista.

Aunado a que, los consumidores es uno de los grupos sujetos de derechos más amplios que existe, pues desde que tenemos raciocinio realizamos un sinnúmero de actos de consumo, de bienes y servicios desde básicos, hasta algunos complejos de difícil comprensión.

Razones por las cuales su análisis y estudio, a través de las 10 unidades del curso, permitirán al alumnado alcanzar una formación jurídica en esta materia, además de aplicar los conocimientos adquiridos para la vida cotidiana, así como para ejercer las acciones pertinentes para la protección de sus derechos o, los de quienes representen, ante la autoridad administrativa y jurisdiccional.

Forma de trabajo (metodología)

Esta guía de estudio es un documento de apoyo para el desarrollo de los contenidos de la asignatura; en ella están indicados, por unidad, algunas sugerencias bibliográficas y actividades de aprendizaje para adquirir los conocimientos mínimos sobre la materia.

Por ello, es responsabilidad del estudiante:

- **Revisar de manera general la guía** para contextualizar la asignatura y organizar óptimamente el tiempo destinado al estudio de los textos planteados y la solución de las actividades.
- **Leer exhaustiva y cuidadosamente los documentos** que se indican y revisar las páginas electrónicas. Asimismo, realizar, después de cada lectura, resúmenes, cuadros sinópticos, mapas conceptuales y esquemas para facilitar la construcción y aprehensión del conocimiento y detectar los aspectos que deberá consultar y aclarar con su asesor en las sesiones sabatinas en caso de poder asistir a ellas.
- **Realizar las actividades de aprendizaje** que básicamente se orientan a la identificación de los contenidos dentro de los textos señalados. Es importante mencionar que antes de comenzar con el desarrollo de las actividades de aprendizaje, es recomendable haber estudiado y leído toda la bibliografía básica sugerida en la unidad.
- **Responder de forma honesta y personal las autoevaluaciones** al final de cada unidad, para observar la comprensión de cada tema, el grado de avance y los contenidos que deben reforzar rumbo al examen final.

Cabe aclarar que esta guía, como su nombre lo indica, es un recurso de apoyo para el estudio de esta asignatura, por tanto, es muy importante que realicen las lecturas, actividades y autoevaluaciones PREVIAMENTE a las sesiones presenciales (en caso de asistir a ellas), ya que el objetivo de estas sesiones es únicamente aclarar las dudas y enriquecer el estudio de los temas mediante la retroalimentación con su profesor(a) y compañeros(as).

Unidad 1. Nociones básicas

Introducción

Es importante el estudio del devenir histórico de los derechos de los consumidores, ya que el consumo ha existido prácticamente siempre, en ese sentido, así como se han transformado los mercados, el consumo ha estado en constante evolución, desde que los individuos de manera local adquirían e intercambiaban sus bienes, pasando por la producción masiva de los mismos, en donde inicialmente se buscaba la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

En poco tiempo los intereses de los comerciantes, a partir de la novedosa forma de producción en masa, se orientó a satisfacer las necesidades de tal sistema de producción para asegurar su sustentabilidad, generándose con ello, métodos comerciales agresivos, incitación al crédito, endeudamiento, la obsolescencia programada de los productos industriales, incremento desmedido de precios, entre otros factores, que influyeron en el descontento de la población consumidora.

Derivado de lo anterior, los Estados advirtieron la necesidad de reconocer los derechos sociales, por lo cual a través de leyes, directrices y normas, se buscó la protección de las personas en lo individual y de manera colectiva, que están en un plano de desigualdad, a raíz de ello a nivel global, se presentaron diversas acciones en Estados Unidos de América (1962), en la Comunidad Europea (1975) y en la Organización de las Naciones Unidas (1975).

A través del estudio de la evolución de los derechos sociales, de la creación de instituciones para la protección de los derechos humanos, de los antecedentes históricos de la evolución de los derechos de los consumidores a nivel global y nacional, el alumnado conocerá la importancia y trascendencia de su reconocimiento y tutela, a través de las normas específicas que buscan reducir la asimetría natural que existe en las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores.

En la evolución de los derechos, los sociales fueron ampliamente reconocidos a partir de su especificación, en el derecho positivo vigente y de su inclusión como derechos fundamentales del ser humano.

En nuestro país, los consumidores estaban desprotegidos ante los abusos de los comerciantes quienes les imponían condiciones abusivas e inequitativas, hasta la renuncia de sus derechos.

Por ello, el 22 de diciembre de 1975 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la primera Ley Federal del Consumidor de 1976, convirtiéndose México, en el primer país en latinoamérica en crear una Procuraduría Federal del Consumidor, así como el Instituto Nacional del Consumidor, que buscó a través de dos instituciones diferentes atender la demanda social de los consumidores; y el segundo país en promulgar una Ley Federal de Protección al Consumidor.

Los derechos del consumidor se reconocieron como fundamentales a partir de la adicción del artículo 28, tercer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 03 de febrero de 1983.

Posteriormente, la evolución de las relaciones de consumo, así como la duplicidad de algunas funciones entre las instituciones antes referidas, propició la emisión de una nueva ley, que se publicó el 24 de diciembre de 1992, a través de la cual, se fusionaron los institutos creados para la protección del consumidor en nuestro país y se dotó de mayores facultades a la Procuraduría Federal del Consumidor, asimismo se incorporó un capítulo de sanciones que graduaba de manera más clara su imposición, hasta la actualidad, en la que ya se han establecido mayores atribuciones a la PROFECO, como el ser, una autoridad fiscal para cobrar sus propias multas o el establecimiento de derechos de los consumidores que adquieren bienes y servicios a través del comercio electrónico.

Por otro lado, es de señalar que en el temario se señala el estudio de las atribuciones de la CONAMPROS; Sector laboral como precursor, a este respecto, el pasado 30 de mayo de 2019, se publicó en el DOF el *Decreto por el que se abroga el diverso por el que se crea el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario, como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, publicado el 31 de octubre de 2006.*

Toda vez que sus funciones se encontraban limitadas a impulsar las políticas que lleva a cabo la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, como son, el servicio nacional de empleo; la promoción de la modernización de organizaciones gremiales; el fomento a la calidad, productividad y competitividad de las empresas, entre otras, por lo que se considera que los objetivos del citado órgano administrativo desconcentrado han sido cumplidos y con base en las medidas de austeridad, racionalidad y disciplina presupuestaria en materia de servicios personales, así como para evitar la duplicidad de funciones, se abrogó el decreto que dio origen al citado organismo.¹

¹ Fuente: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5561504&fecha=30/05/2019

<p>Objetivo</p>	<p>Al término de la unidad, el alumno conocerá y podrá describir los antecedentes internacionales y nacionales de los derechos del consumidor, su evolución, la forma en el que el Estado mexicano los ha reconocido como derechos fundamentales, así como el origen de la actual Ley Federal de Protección al Consumidor.</p>
<p>Bibliografía básica</p> <p>García Canclini, Néstor, <i>Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multilaterales de la globalización</i>, México, Grijalbo, 1995. Disponible en: https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-n-1995-consumidores-y-ciudadanos.pdf [Consultado el 15 de agosto de 2022]</p> <p>Bibliografía sugerida por el autor de la guía</p> <p>Gámiz Parral, Máximo N., García Rubí, Jorge Arturo, compiladores, <i>Las Entidades federativas en la reforma constitucional</i>, México, UNAM, Capítulo Garantización y Reformas Judiciales De Los Derechos Sociales, Gabriela Mendizábal Bermúdez, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2005, pp. 163 a 171. Disponible en: https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1649/15.pdf</p>	<p>Actividad de aprendizaje 1. Derechos sociales protegidos por el Estado</p> <p>Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad, desarrolle un cuadro sinóptico con los principales derechos sociales que protege el Estado y establezca su fundamento constitucional. (Ejemplo: Arts. 3, 4, 27, 28 y 123).</p> <div data-bbox="552 772 1388 1060" data-label="Diagram"> </div> <p>Actividad de aprendizaje 2. Ombudsman como protector de los derechos de la colectividad</p> <p>A partir de la bibliografía sugerida para esta unidad, realice un mapa mental con las características y funciones del ombudsman como protector de los derechos de la colectividad.</p> <div data-bbox="552 1480 1380 1869" data-label="Diagram"> </div>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

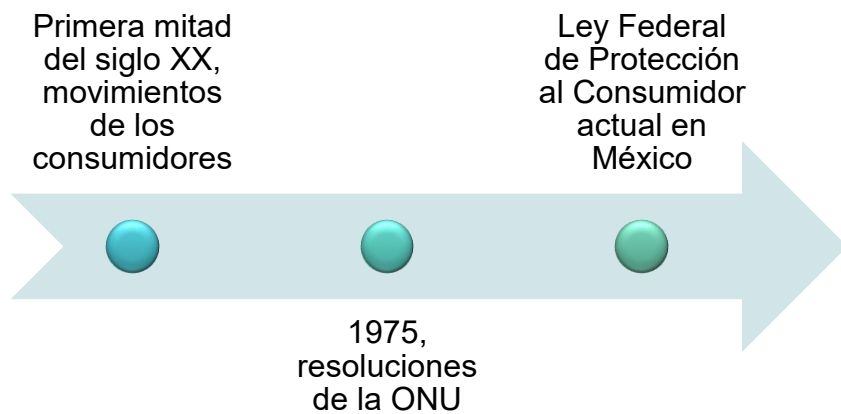
Fernández Ruiz, Jorge, Capítulo *Derechos Humanos y Ombudsman en México*, México, UNAM, pp. 117 a 136. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/2/883/14.pdf> 1.3 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Favela, José, *Derechos del Consumidor*, México, UNAM, 2000, pp. 3 a 16. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/56/tc.pdf> [Consultado el 15 de agosto de 2022]

López Montoya, Elsy, *La Defensa De Los Derechos Del Desde Una Perspectiva Internacional*. SUA. UNAM, pp. 1 a 9. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/amicus/article/view/15361/14613> [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Actividad de aprendizaje 3. Antecedentes de la protección a los derechos del consumidor

Después de revisar la bibliografía sugerida para esta unidad, desarrolle una línea del tiempo que inicie con los primeros movimientos de los consumidores (*consumerism*) que propiciaron el inicio de regulaciones específicas en materia del consumo en los Estados Unidos de América, la Carta Europea de Protección de los Consumidores, Directivas expedidas por el Consejo de las Comunidades Europeas (actualmente la Unión Europea), las Directrices de la ONU para la protección al Consumidor resolución 39/248 del 16 de abril de 1985, la primera Ley Federal de Protección al Consumidor en México de 1976, hasta la ley actual y su reformas.



Autoevaluación

Instrucciones: Seleccione la respuesta correcta.

1. ¿En qué siglo se registran los orígenes del Ombudsman, con la aparición del Konnungens Högste Ombudsmännan (Procurador del Supremo de la Corona)?
 - a) XV
 - b) XVI
 - c) XVIII
 - d) XIX

2. ¿De qué país la institución del Ombudsman es una importante contribución?
 - a) Corona Inglesa
 - b) Noruega y Dinamarca
 - c) Suecia
 - d) Finlandia

3. En el discurso pronunciado por John F. Kenedy el 15 de marzo de 1962, ante el Congreso de su país, habló de cuatro derechos ¿Cuáles fueron?
 - a) De la información, seguridad, a elegir libremente, a la protección
 - b) De la información, seguridad, a elegir libremente, a ser escuchado
 - c) De la información, seguridad, a la educación y la organización de consumidores
 - d) De la información, seguridad, a la educación y a la protección

4. ¿En qué fecha aprobó la ONU las Directrices para la Protección al Consumidor?
 - a) 14 de abril de 1983
 - b) 15 de marzo de 1985
 - c) 16 de abril de 1985
 - d) 18 de marzo de 1983

5. ¿En qué artículo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se reconoce el derecho de los consumidores como fundamental y sienta las bases para la Ley Federal de Protección al Consumidor actual?
 - a) 17, fracción III
 - b) 27
 - c) 28
 - d) 30

Unidad 2. Ley Federal de Protección al Consumidor

Introducción

La Ley Federal de Protección al Consumidor actual, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1992, y entró en vigor al día siguiente, abrogándose la ley del mismo nombre, publicada el 22 de diciembre de 1975.

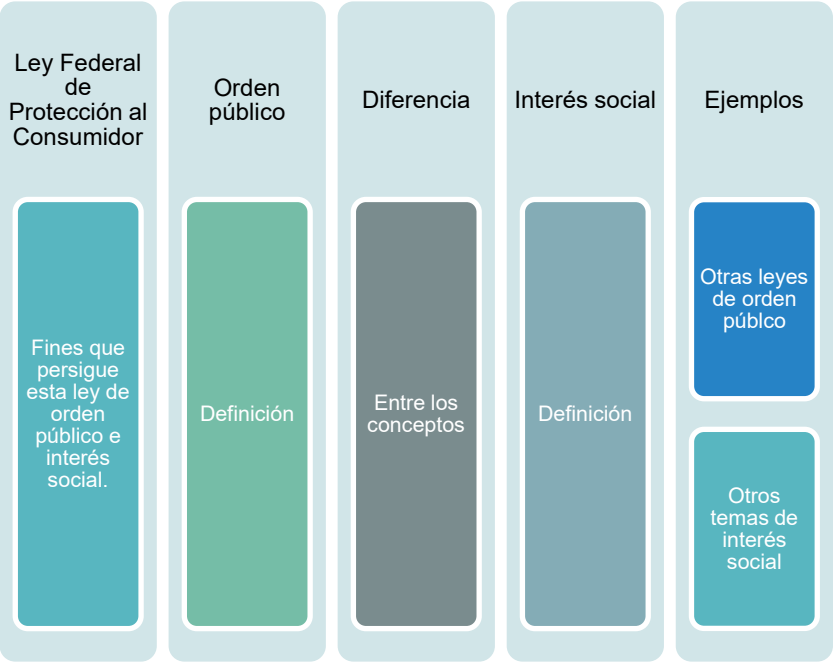
Esta derivó de una iniciativa del Titular del Ejecutivo Federal, ante la Cámara de Diputados, con la finalidad de adecuar el marco jurídico del Estado Mexicano, para promover y proteger los derechos de los consumidores, ante los recientes procesos de desregulación y la apertura de la economía.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, con funciones de autoridad administrativa, encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, con sede en la Ciudad de México y competencia en todo el territorio nacional, presta sus servicios a los consumidores a través de las Oficinas de Defensa del Consumidor (ODECO), Concilianet u otras unidades administrativas.

La ley de la materia está conformada por 15 Capítulos y 135 artículos vigentes y 8 derogados, algunos con recientes reformas a través de los cuales se ha dotado a la Procuraduría Federal de Consumidor de facultades más amplias, a fin de procurar equidad, certeza y seguridad jurídica en las transacciones realizadas entre proveedores y consumidores, tanto en lo individual como en un plano colectivo, a través de la tramitación de quejas grupales o la representación de un grupo de consumidores mediante las acciones colectivas.

Es importante señalar que esta ley establece como ejes rectores, diversos principios que rigen las relaciones de consumo en las 11 fracciones de su artículo 1, las cuales al concatenarse con los derechos y obligaciones contenidos en la misma, o en cualquier ordenamiento que establezca o reconozca derechos a los consumidores, constituyen la base de la política de protección al consumidor, para prevenir y corregir prácticas abusivas, fortalecer el grupo amplio que conforman los consumidores y promover la cultura del consumo responsable, así como la de los proveedores con responsabilidad social.

El funcionamiento de la PROFECO se rige por lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, su Reglamento y

	<p>Estatuto Orgánico, asimismo es de resaltar que cuenta con facultades legales para la sustanciación de cuatro procedimientos, el conciliatorio, el arbitral, el de infracciones a la ley y el administrativo de ejecución; los primeros tres orientados a protección y tutela de los derechos de los consumidores y el último, de reciente inclusión, a través del cual se dota de facultades a la PROFECO como autoridad fiscal, para cobrar de forma coactiva las multas que imponga como medidas de apremio o como sanciones, en el ejercicio de sus atribuciones legales.</p>
<p>Objetivo</p>	<p>Al concluir el estudio de esta unidad, el alumnado podrá:</p> <p>Analizar y explicar el objeto, contenido, ámbito espacial y personal de aplicación, y en general aquellos aspectos que integran a la Ley Federal de Protección al Consumidor.</p>
<p>Bibliografía sugerida por el autor de la guía</p> <p>Ley Federal de Protección al Consumidor, <i>Capítulo I Disposiciones Generales</i>, art. 2. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_261219.pdf [Consultado el 18 de marzo de 2022]</p> <p>Domínguez Martínez, Jorge Alfredo, 1910-2010. <i>Conferencias en homenaje a la Universidad Nacional Autónoma de México por su centenario. Orden público y la autonomía de la voluntad</i>, México, Colegio de Profesores de Derecho Civil de la Facultad de Derecho de la UNAM, 2010, P. 83, Disponible en: https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3834/9.pdf</p>	<p>Actividad de aprendizaje 1. Orden público/ Interés social</p> <p>Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad, desarrolle un cuadro conceptual acerca del orden público e interés social, establezca el fin que se persigue en la Ley Federal de Protección al Consumidor, su diferencia; y por último, plasme ejemplos de leyes de orden público, así como la inclusión de temas de interés social.</p>  <pre> graph TD A[Ley Federal de Protección al Consumidor] --> B[Fines que persigue esta ley de orden público e interés social.] B --> C[Definición] C --> D[Entre los conceptos] D --> E[Definición] E --> F[Ejemplos] F --> G[Otras leyes de orden público] F --> H[Otros temas de interés social] </pre>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Mosset Iturraspe, Jorge, *El orden público y la tutela del consumidor y usuario*, Argentina, Revista Iberoamericana de Derecho Privado – Número 3 – junio 2016, pp. 228 y 229.
 Disponible en: <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/latinoamericana-derecho/article/download/21387/19060>
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 54 a 63.

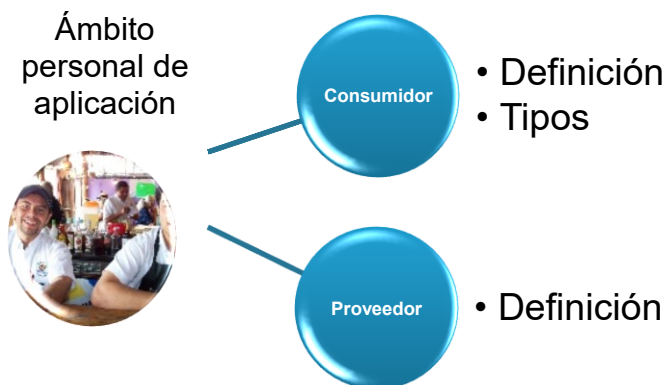
Actividad de aprendizaje 2. **Ámbito espacial de aplicación; carácter federal y local de la ley**

A partir de la bibliografía sugerida para esta unidad y de lo establecido en la ley de la materia, realice un cuadro comparativo que explique el ámbito espacial de la Ley Federal de Protección al Consumidor, además pondere alguna aclaración en cuanto a la competencia local de la LFPC.

	Caracter Federal	Caracter Local
Ley Federal de Protección al Consumidor Arts. 20, 21 y 22. Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, Arts. 1 al 4 y 19.		
Competencia espacial de aplicación		

Actividad de aprendizaje 3. **Ámbito personal de aplicación**

Después de revisar la bibliografía sugerida para esta unidad, realice un mapa mental que explique el ámbito personal de aplicación en La Ley Federal de Protección al Consumidor.



Actividad de aprendizaje 4. Procuraduría Federal del Consumidor

Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad, elabore un cuadro sinóptico con las funciones y objeto de la Procuraduría Federal del Consumidor.



Autoevaluación

Instrucciones: De conformidad con los temas desarrollados con la bibliografía proporcionada y con base en la Ley Federal de Protección al Consumidor, conteste las siguientes preguntas.

1. ¿Cómo se llaman las oficinas a través de las cuales se brinda atención a las quejas de los consumidores ubicadas en el territorio nacional?
2. ¿Cuál es la naturaleza jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor y su fundamento?
3. Enliste 10 facultades de la Procuraduría Federal del Consumidor y su fundamento.
4. Señale cuál es la diferencia entre un consumidor final y un consumidor intermedio.
5. Indique cuál es el monto máximo de la operación materia de queja, que establece la LFPC para conocer de las reclamaciones de personas físicas o morales que se consideren como consumidores intermedios y su fundamento.
6. Indique cuáles servicios no son de la competencia de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su fundamento.

Unidad 3. Derechos del consumidor	
Introducción	<p>La Ley Federal de Protección al Consumidor, además de establecer diversos derechos en favor de la población consumidora, también establece una serie de obligaciones a los proveedores de bienes y servicios, como: la difusión de publicidad e información de manera clara, completa y comprobable, exenta de textos, imágenes y diálogos que puedan inducir a error o confusión a los consumidores; la celebración de contratos de adhesión sin establecer prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de esta ley; el empleo de elementos técnicos en las transacciones electrónicas para brindar seguridad y confidencialidad de la información proporcionada por el consumidor; el respeto de las reglas aplicables a las promociones y ofertas; las condiciones aplicables a las ventas mediatas o indirectas, como el periodo de reflexión, para la cancelación sin responsabilidad de las relaciones de consumo celebradas fuera del establecimiento comercial; la difusión de los precios totales a pagar para la adquisición de bienes y servicios; abstenerse de discriminar a los consumidores por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas o cualquiera otra particularidad; el respeto de las reglas y obligaciones establecidas en la ley para las operaciones relativas al crédito al consumo, la compraventa de bienes inmuebles nuevos, el ofrecimiento de garantías y los procedimientos para hacerlas efectivas y la entrega de una compensación al consumidor en el caso de que se incumpla con los términos pactados en el momento de la adquisición de los bienes y servicios, entre otras.</p> <p>Obligaciones que en concordancia con los principios que rigen las relaciones de consumo, conforman y establecen diversos derechos los consumidores, aplicables en las relaciones de consumo que tienen con los proveedores.</p>
Objetivo	<p>Al concluir el estudio de esta unidad, el alumnado podrá:</p> <p>Examinar y explicar los derechos que, de acuerdo con la vigente Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene un sujeto cuando actúa o interviene en una operación comercial con el carácter de consumidor.</p>
Bibliografía sugerida por el autor de la guía	<p>Actividad de aprendizaje 1. Información y publicidad</p> <p>A partir de la bibliografía sugerida para esta unidad, elabore un mapa mental que contenga los conceptos y características relativos a la regulación de la información y publicidad, con base</p>

Ley Federal de Protección al Consumidor, *Capítulo III De la información y publicidad*, Arts. 32 a 41.

Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos para el Análisis y Verificación de la Información y Publicidad.

Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5260762&fecha=24/07/2012

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Acuerdo por el que se establecen los lineamientos de información o publicidad comparativa en materia de precios de bienes, productos o servicios.


Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5114864&fecha=19/10/2009

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ley Federal de Protección al Consumidor, *Capítulo I Disposiciones*


Generales, Arts. 10 a 18 BIS; Disposiciones Generales, Capítulo II De las autoridades,

en la Ley Federal de Protección al Consumidor, que se indican a continuación:




Información y publicidad

- Artículo(s) de la LFPC que la regulan.
- Requisitos que deberá cumplir toda información y publicidad que se difunda en el territorio nacional
- Medios a través de los cuales se difunde y su especificación.



Lineamientos que emite la Procuraduría

- Nombre de los lineamientos que regulan el análisis y verificación de la publicidad.
- Fecha de publicación
- Objetivo
- Principales características
- Nombre de los lineamientos para la publicidad comparativa en materia de precios
- Fecha de publicación
- Objeto
- Principales características




Publicidad Engañosa

- Definición
- Fundamento legal de tal concepto.
- Artículos de la ley de la materia que la sancionan.



Prohibiciones para la difusión de publicidad



Medidas precautorias que se pueden imponer con relación a la publicidad.

Sanciones.

Artículos de la ley de la materia que sancionan la difusión de publicidad engañosa y abusiva.

Actividad de aprendizaje 2. Seguridad

Realice la lectura: Nota de la secretaría de la UNCTAD, relativa a la “Seguridad de los productos de consumo”, difundida por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, del 30 de abril de 2018, disponible en:

arts. 19 a 31.
Disponibles en:
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ley Federal de Protección al Consumidor. Capítulo IV De las promociones y ofertas, artículos 46 a 50. Capítulo V De las ventas a domicilio o fuera del establecimiento mercantil, mediatas o indirectas. Arts. 51 a 56. Capítulo VI De los servicios, Art. 57 Ter 1.
Disponibles en:
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

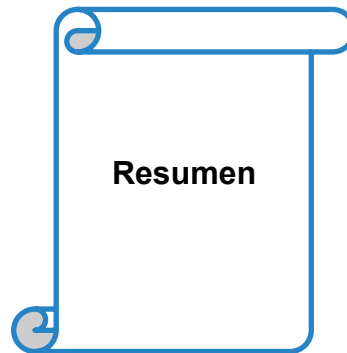
Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 185-199.

Ley Federal de Protección al Consumidor, *Capítulo VII De las operaciones a crédito*, pp. 66 – 72, *Capítulo VIII De las operaciones con inmuebles*, 73 -76. *Capítulo IX De las garantías*, pp. 77 – 84.
Disponibles en:
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd12_es.pdf
[Consultado el 4 de abril de 2022] y elabore un resumen de una cuartilla con los aspectos más relevantes, en torno a la seguridad:

- Seguridad física.
- Normas para la seguridad.
- Componentes básicos que conforman un sistema de seguridad.
- Riesgos de seguridad de los productos de consumo que afectan a los países en desarrollo.
- Como se conforma el marco de seguridad de productos de consumo.
- Cooperación internacional en normas de seguridad.

Finalmente, con base en lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, el alumnado deberá describir cómo se puede verificar en alguna página web o app, cuáles son los mecanismos o elementos técnicos de seguridad que utilizan los proveedores para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada para celebrar transacciones.



Actividad de aprendizaje 3. Promociones y ofertas, ventas a domicilio y servicios

Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad, elabore un cuadro comparativo que contenga definición, tipos o variantes, características y/o elementos de las promociones, ofertas, ventas a domicilio, operaciones a crédito, operaciones con inmuebles, garantías y contratos de adhesión, asimismo, enliste algunas de las obligaciones a cargo de los proveedores que comercializan bienes y servicios, de conformidad con lo establecido en el Capítulo VI De los servicios, de la ley de la materia.

Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 235 – 270.

Ley Federal de Protección al Consumidor, Capítulo X *De los contratos de adhesión*, arts. 85 -90. Capítulo XI *Del incumplimiento*, arts. 91 – 95.

Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm>
[Consultado el 24 de marzo de 2022]

Ovalle Favela, José. *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, Incumplimiento, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 289 – 328.

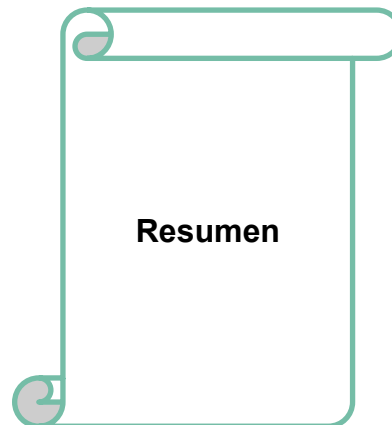
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Seguridad de los productos de consumo, Ginebra, Nota de la secretaría de la UNCTAD, 2018.

Disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd12_es.pdf
[Consultado el 15 de agosto de 2022]



Actividad de aprendizaje 4. Incumplimiento

A partir de la lectura del Capítulo XI de la Ley Federal de Protección al Consumidor, elabore un resumen que contenga y explique los derechos del consumidor ante el incumplimiento del proveedor en la entrega del bien o prestación de los servicios adquiridos.



Autoevaluación

Responda subrayando el inciso correcto.

1. La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difunda por cualquier medio de comunicación masiva, debe ser:
 - a) Veraz, clara y comprobable
 - b) Exacta, veraz y sugerente
 - c) Amigable, clara y legible
 - d) Atractiva, descriptiva y comprobable
 - e) Breve, precisa, comprensible y auténtica

2. De conformidad con la legislación aplicable a la materia ¿qué se entiende por publicidad engañosa o abusiva?
 - a) 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
 - b) Aquella que se refiere a características o información de un producto y es falsa
 - c) Aquella que se refiere a características o información de productos o servicios de manera artificiosa o engañosa
 - d) Aquella que refiere características de productos o servicios que no son verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta
 - e) Toda información o publicidad que causa un perjuicio al consumidor

3. En términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor ¿qué se entiende por barata o remate?
 - a) Oferta difundida en la publicidad de la tienda o establecimiento.
 - b) El ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento.
 - c) Al precio reducido de bienes, productos y servicios, cuando es mayor de 30%.
 - d) Cuando el precio en que se ofertan bienes, productos o servicios, es el mismo en que los adquirió el proveedor.
 - e) La venta de saldos.

4. ¿Qué se entiende con base en la ley de la materia, por venta mediata o indirecta?
 - a) La adquisición de bienes o servicios, pagados con otro medio de pago diferente al efectivo.
 - b) La que se realiza directamente en el establecimiento de proveedor de bienes o servicios.
 - c) La que se lleva a cabo por conducto de un tercero.
 - d) La que se proponga o realice fuera del local o establecimiento del proveedor, incluidos el arrendamiento de bienes muebles y la prestación de servicios.
 - e) Ninguna de las anteriores.

5. Cuando se ofrezca un producto o servicio con garantía ¿cuál es el plazo mínimo que se debe ofrecer?

- a) 90 días
- b) 40 días
- c) 120 días
- d) 1 año

6. ¿A qué tendrá derecho el consumidor cuando la prestación de un servicio sea deficiente, en términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor?

- a) Bonificación
- b) Compensación
- c) Únicamente a la devolución inmediata del precio pagado
- d) Bonificación o compensación
- e) Reparación del daño

7. La Ley Federal de Protección al Consumidor, establece una bonificación o compensación en favor del consumidor cuando un servicio se preste de forma deficiente, no se preste o propocione por causas imputables al proveedor, por regla general ¿cuál es?

- a) Del equivalente al 10% del precio pagado.
- b) Del equivalente al 15% del precio pagado.
- c) Del equivalente al 20% del precio pagado.
- d) Del quivalente al 50% del precio pagado.
- e) Ninguna de las anteriores.

Unidad 4. Derecho procesal del consumidor

Introducción

Los derechos de los consumidores se hacen valer a través del ejercicio de diversas acciones, con las cuales se detonan tres de los procedimientos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, orientados a tutelar, proteger y hacer valer los derechos fundamentales de la población consumidora.

Tales procedimientos son el Conciliatorio, el Arbitral y el procedimiento por Infracciones a la Ley Federal del Protección al Consumidor.

Cada uno de ellos se sustancia con base en diferentes reglas y normas, principalmente establecidas en la ley de la materia, aplicándose supletoriamente a esta, diferentes ordenamientos para cada uno de los procedimientos.

Derivado de lo anterior, cada uno de estos procedimientos está conformado por una serie de actos y etapas concatenadas, orientadas para alcanzar diferentes fines, como en la especie los son: El cumplimiento de los términos y condiciones pactados en el momento de la adquisición de los bienes y servicios; la solución de la controversia en la cual la PROFECO, funge como un árbitro imparcial a través de la emisión de un laudo, y la verificación de escritorio e *in situ* del cumplimiento de la obligaciones a cargo de los proveedores establecidas en la ley de la materia y en cualquier otro ordenamiento aplicable a los actos de consumo.

Actuaciones que toman como base las reglas generales establecidas en el Capítulo XIII denominado Procedimientos Sección Primera Disposiciones Comunes, de la ley de la materia, así como las aplicables a la actuación de la PROFECO como autoridad administrativa, con base en lo dispuesto por la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, encaminadas a promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Tales herramientas se crearon con la finalidad de que los consumidores en México, sin costo, puedan acceder a la protección y respeto de sus derechos del consumidor, mediante el inicio de cualquiera de los procedimientos referidos, así como para evitar la saturación de los tribunales jurisdiccionales.

El alumnado al estudiar sobre la tramitación o sustanciación de los referidos procedimientos contará con los conocimientos necesarios para asesorar o representar debidamente a sus clientes, o bien, a sus intereses.

<p>Objetivo</p>	<p>Al concluir el estudio de esta unidad, el alumnado podrá:</p> <p>Analizar y describir la procedencia, forma, términos, autoridades y demás aspectos que configuran al Derecho Procesal del Consumidor, así como los procedimientos y convenios que el mismo utiliza.</p>
<p>Bibliografía sugerida por el autor de la guía</p> <p>Ley Federal de Protección al Consumidor, Capítulo XIII <i>Procedimientos</i>, arts. 99 – 110. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/fpc.htm. [Consultado el 15 de agosto de 2022]</p> <p>Ovalle Favela, José, <i>Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor</i>, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 349 – 376.</p> <p>Ley Federal de Protección al Consumidor, Capítulo XIII <i>Procedimientos</i>, Sección Segunda, <i>Procedimiento conciliatorio</i>, arts. 111 – 116. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/fpc.htm. [Consultado el 15 de agosto de 2022]</p> <p>Ley Federal de Protección al Consumidor, Capítulo XIII <i>Procedimientos</i>, Sección Tercera</p>	<p>Actividad de aprendizaje 1. Acción</p> <p>Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad, desarrolle los siguientes conceptos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acción • Queja o reclamación • Denuncia <p>Lo anterior, en materia de Derechos del Consumidor.</p> <div data-bbox="581 890 1393 1310" data-label="Diagram"> <p>The diagram illustrates the relationship between a consumer's shopping experience and legal actions. A central illustration of a woman with a shopping cart is connected by lines to three distinct icons on the right. The top icon, labeled 'Acción', shows a group of people in a meeting. The middle icon, labeled 'Queja o reclamación', shows a person writing on a document. The bottom icon, labeled 'Denuncia', shows a broken red object with a white splatter.</p> </div> <p>Actividad de aprendizaje 2. Forma</p> <p>De conformidad con lo establecido en el Título Tercero Capítulo Primero, denominado Disposiciones Generales de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, responda: cuáles son los requisitos que deben de cumplir las promociones o escritos que se presenten ante la autoridad; además, de conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor, cuáles son los requisitos que se deben cumplir para presentar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Queja o reclamación • Denuncia • Para someter una controversia al procedimiento arbitral

Procedimiento arbitral, artículos 117 – 122.
 Disponible en:
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/fpc.htm>
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 377 - 398.

Ley Federal de Protección al Consumidor, Capítulo XIII *Procedimientos*, Sección cuarta *Procedimientos por infracciones a la ley*, arts. 123 – 124 Bis.

Disponible en:
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/fpc.htm>
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 399 – 404

Ley Federal de Procedimiento Administrativo, Título Sexto, *del Recurso de Revisión* del Art. 83 en adelante.

Disponible en:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/112_180518.pdf
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]



Actividad de aprendizaje 3. Notificaciones

De conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor y la ley de aplicación supletoria, elabore un diagrama de flujo que contenga o señale las formalidades que se deben de cumplir para realizar las notificaciones de los actos y resoluciones emitidos por la Procuraduría Federal del Consumidor.



Actividad de aprendizaje 4. Términos

De conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor y la ley de aplicación supletoria, ¿cómo se computan los plazos?

Art. 108 LFPC y 28 y 29 LFPA.

Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo Título II De la Substanciación y Resolución del Juicio Del Art. 13 en adelante. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPCA_270117.pdf [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ley Federal de Protección al Consumidor, Artículo, 110, Capítulo XIV Sanciones, artículos 125 – 134 BIS. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfp.htm> [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 405 -423.

Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 110. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfp.htm> [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Artículo 67 del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfp.htm>



Actividad de aprendizaje 5. Pruebas

A partir de la bibliografía sugerida para esta unidad, responda las siguientes preguntas:

¿En cuál o cuáles de los tres procedimientos antes referidos se pueden valorar las pruebas?

¿Qué tipo de pruebas se admiten en cada uno de los procedimientos?

¿Cuál es el plazo en que se pueden ofrecer y valorar o desahogar las mismas?



Actividad de aprendizaje 6. Personalidad

Con base en el artículo 109 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, responda:

¿Cómo se acredita la personalidad para realizar trámites ante la PROFECO?



ob.mx/LeyesBiblio/regl
ey/Reg_LFPC_191219
.pdf

[Consultado el 15 de
agosto de 2022]

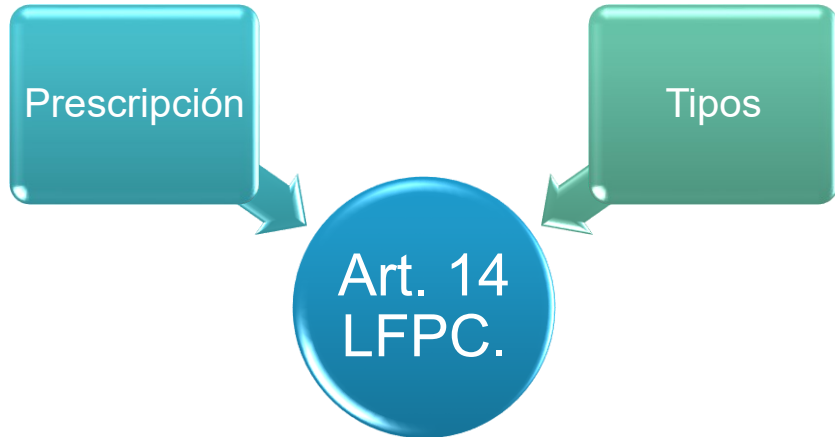
Tesis aislada, novena
época, registro:
182790, fuente
Semanario Judicial de
la Federación y su
Gaceta, número
IV.3o.C.12 C,
PROCURADURÍA
FEDERAL DE
PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR. SUS
CONVENIOS NO
PUEDEN
CONSIDERARSE
TÍTULOS
EJECUTIVOS, SI NO
REÚNEN LOS
REQUISITOS DE LEY.

Disponible en:
[https://sjf2.scjn.gob.mx
/detalle/tesis/182790](https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/182790)

[Consultado el 15 de
agosto de 2022]

Actividad de aprendizaje 7. Prescripción

A partir del artículo 14 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, responda lo siguiente: ¿Cuál es el plazo de prescripción de los derechos y obligaciones establecidos en la ley de la materia y cuántos tipos hay?



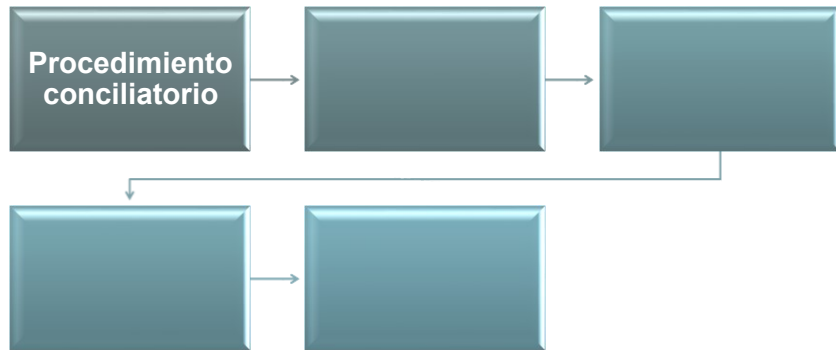
Actividad de aprendizaje 8. Autoridades

Después de revisar el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, responda lo siguiente: ¿Cuáles son las autoridades o unidades administrativas de la PROFECO, que van a conocer de los procedimientos conciliatorio, arbitral y por infracciones a la ley?

Autoridades o unidades
administrativas de la PROFECO

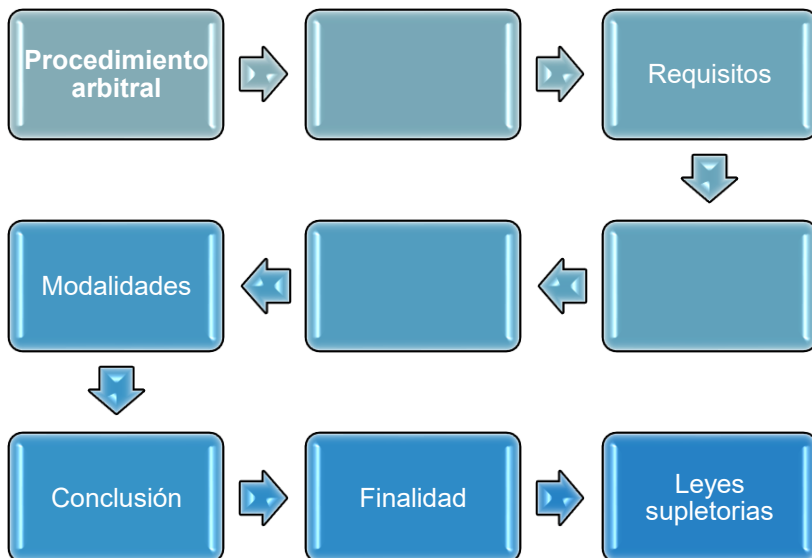
Actividad de aprendizaje 9. Procedimiento conciliatorio

Con base en lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, elabore un diagrama de flujo que explique cómo se inicia el procedimiento, sus etapas, plazos, finalidad y las diferentes formas de conclusión, así como las leyes de aplicación supletoria.



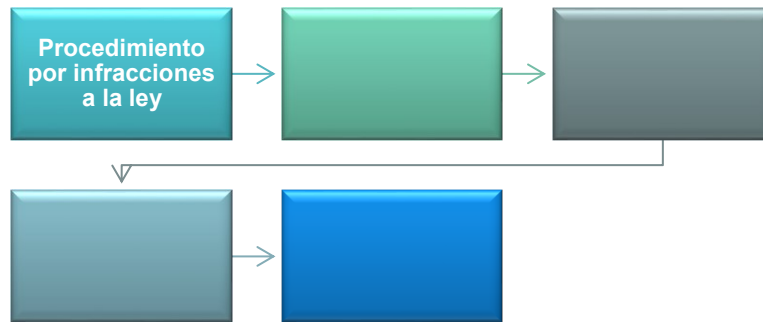
Actividad de aprendizaje 10. Procedimiento arbitral

A partir de lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, elabore un diagrama de flujo que explique cómo se inicia el procedimiento, requisitos, modalidades, peritaje de las diferentes formas de conclusión, finalidad, así como las leyes de aplicación supletoria.



Actividad de aprendizaje 11. Procedimiento por infracciones a la ley y sanciones

Con base en la Ley Federal de Protección al Consumidor, elabore un diagrama que explique cómo se inicia el procedimiento, sus etapas, plazos, tipos de sanción y las diferentes formas de conclusión, finalidad, así como las leyes de aplicación supletoria.



Actividad de aprendizaje 12. Convenios y contratos

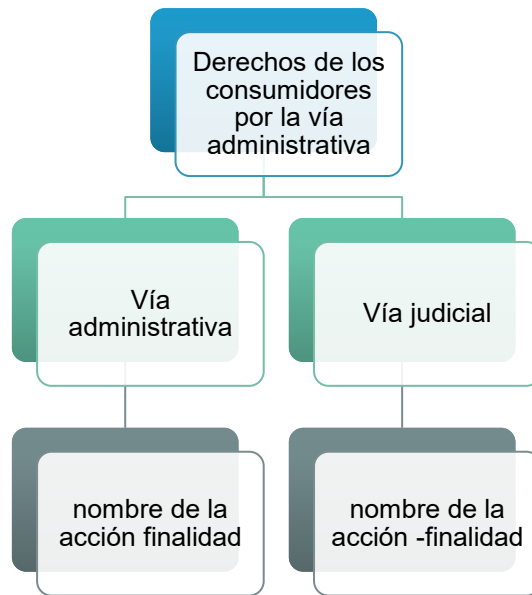
A partir de la bibliografía sugerida para esta unidad, elabore un cuadro comparativo en el que se establezca la diferencia entre los convenios aprobados por la Procuraduría Federal del Consumidor y las consecuencias que traen aparejados; y los convenios que no son aprobados por la Procuraduría y que fueron celebrados entre los consumidores y los proveedores.

Asimismo, se sugiere comparar las diferencias entre los contratos de adhesión de registro obligatorio ante la Procuraduría, de los que no lo son, así como de los que se acuerda su contenido entre las partes, su uso, finalidad, cómo se verifica el cumplimiento, cancelación anticipada sin responsabilidad, qué tipo de cláusulas no serán válidas y se tendrán por no puestas, entre otros aspectos.



Actividad de aprendizaje 13. Resultados de la imposibilidad de ejecutar los derechos de los consumidores por la vía administrativa

Una vez que se haya sustanciado el procedimiento conciliatorio, y se hayan dejado a salvo los derechos de las partes, debido que no se alcanzó ningún acuerdo o convenio, enliste las acciones que se pueden emprender para hacer valer los derechos del consumidor, tanto en la vía administrativa como en la jurisdiccional, así como las leyes en que se fundaran tales acciones.



Autoevaluación

Instrucciones: Resuelva el siguiente crucigrama:

VERTICAL

1. Es el procedimiento a través del cual la PROFECO busca avenir los intereses de las partes, para resolver el motivo de reclamación derivado de una relación de consumo.
2. Es el medio para adquirir un derecho o liberarse de una obligación por el transcurso del tiempo.
3. Es el plazo en días hábiles que se otorga al proveedor para realizar manifestaciones y ofrecer pruebas en el procedimiento por infracciones a la ley.
4. Es de las formas en que se puede presentar una reclamación formal en contra de un proveedor a distancia.
5. Es el acuerdo de trámite que constituye un título ejecutivo no negociable a favor del consumidor, en el que se consigna la obligación contractual incumplida cuando es cierta, exigible y líquida, más una bonificación.

HORIZONTAL

1. Es uno de los derechos que tiene el consumidor cuando la prestación de un servicio es deficiente, no se presta o proporcione por causas imputables al proveedor.
2. Es un medio de comunicación procesal, a través del cual y respetando las diversas especies y formalidades establecidas en la ley, se da a conocer a las partes o a los terceros, una resolución judicial o administrativa.
3. Es la sanción que se impone con mayor frecuencia, ante el incumplimiento de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, su reglamento, y cualquier otra norma o disposición que establezca derechos del consumidor.
4. Es la potestad jurídica de un sujeto de derecho, ya sea persona física o moral, en virtud de la cual se provoca la función jurisdiccional o de la administración pública, para la solución de una controversia o problemática.
5. Es una de las consecuencias que trae aparejada un convenio aprobado por la PROFECO.

A	L	D	I	C	T	A	M	E	N	S	I	O	P	R	F	A
L	U	C	A	Q	I	B	O	N	O	T	I	Q	A	E	S	I
I	C	T	N	B	E	L	E	C	T	R	O	N	I	C	A	L
C	B	I	C	Q	C	O	Q	A	F	A	L	C	E	O	N	K
A	A	C	H	L	A	J	A	R	I	C	A	J	E	N	T	D
S	P	O	I	E	M	A	L	U	C	U	S	T	V	O	R	C
T	I	M	E	J	I	L	J	S	A	T	J	I	R	M	A	R
I	M	P	J	E	T	Q	B	I	C	E	R	L	D	I	E	Z
P	R	E	S	C	R	I	P	C	I	O	N	T	A	C	P	Y
Z	I	N	O	U	O	X	E	C	O	J	U	B	C	A	A	X
E	V	S	A	C	S	N	N	E	N	O	S	U	A	S	G	A
S	O	A	T	I	D	S	O	P	S	U	A	N	T	S	A	H
N	B	C	E	O	A	I	I	M	D	A	L	O	I	Z	N	U
E	A	I	A	N	M	E	C	L	Q	U	E	S	L	Q	T	R
I	T	O	U	S	T	R	C	B	U	E	R	F	O	B	I	G
C	O	N	C	I	L	I	A	T	O	R	I	O	D	I	D	A
E	K	I	U	G	E	M	E	R	D	I	O	S	T	E	G	S

Unidad 5. Administración de los consumidores

Introducción

En nuestro país el artículo 28, tercer párrafo en su parte final de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos incluyó a partir de su refirma del 03 de febrero de 1983, lo siguiente:

“Artículo 28. (...)

La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses”.

Con tal inclusión, el Estado Mexicano elevó a nivel Constitucional el Derecho de Protección de los Consumidores para la defensa de sus intereses, asimismo estableció que propiciaría la organización de los consumidores para el mismo fin.

Con la organización de grupos de consumidores para la defensa de sus intereses, surgen nuevos mecanismos de participación social para contrarrestar los abusos de los proveedores hacia los consumidores, que se encuentran en una relación asimétrica, debido a que no tienen el mismo expertiz en las relaciones de consumo.

Asimismo, la importancia de tales asociaciones es que pueden ejercer acciones colectivas para representar a un grupo de consumidores, de acuerdo con lo establecido en Libro Quinto, de las Acciones Colectivas, del Código Federal de Procedimientos Civiles.

Es de señalar, que si bien, los Estados a nivel global han conformado instituciones gubernamentales para la defensa de los derechos de los consumidores, no han sido suficiente sus acciones para contrarrestar las malas prácticas y abusos de las empresas, por los que se han consolidado las organizaciones puras de consumidores apolíticas, independientes y sin fines de lucro, u otras, con caracteres religiosos, socialistas, obreros, que defienden al consumidor partiendo de su ideología.

Algunas de estas organizaciones, se financian a través de las cuotas de sus asociados, de subvenciones y de la venta de suscripciones a publicaciones, incluso llegan a tener revistas mensuales.

En México, a diferencia de los países europeos, son muy pocas las asociaciones que existen para promover la defensa de los derechos de los consumidores.

Tales asociaciones se pueden dividir en nacionales, internacionales, nacionales y privadas.

	<p>La Ley Federal de Protección al Consumidor, en nuestro país establece como uno de los principios que rigen las relaciones de consumo, la libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor.</p> <p>Asimismo, se establece como una de las atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor la de promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría, así como procurar mecanismos para su autogestión; e incluso la de consultar con tales organizaciones la elaboración de sus planes y programas de trabajo.</p> <p>Sin duda, el apoyo de organizaciones nacionales e internacionales privadas, que promuevan el desarrollo y crecimiento con respeto a los derechos de los consumidores y al medio ambiente, es relevante para alcanzar una armonía entre los proveedores de bienes y servicios y consumidores.</p> <p>En este capítulo se deberá conocer y diferenciar las instancias de carácter nacional e internacional privadas, que tienen como finalidad la defensa de los derechos de los consumidores.</p>			
<p>Objetivo</p>	<p>Al concluir el estudio de esta unidad el alumnado podrá:</p> <p>Conocer a partir de los primeros movimientos de los consumidores en Norteamérica que propiciaron los iniciales registros del reconocimiento de los derechos de los consumidores, hasta la actual organización de los consumidores que ha jugado y juega un papel muy importante para su respeto, ya que es una especie de contrapeso para evitar el abuso de las grandes empresas o de la organización de estas representadas por cámaras de la industria y comercialización.</p>			
<p>Bibliografía sugerida por el autor de la guía</p> <p>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos artículo 28.</p> <p>Ley Federal de Protección al Consumidor, artículos 1, 24, 31 y 99.</p>	<p>Actividad de aprendizaje 1. Organización administrativa internacional y nacional</p> <p>Después de revisar la bibliografía sugerida para esta unidad, elabore un cuadro comparativo que explique cómo operan cada una de estas organizaciones e indique sus diferencias y semejanzas</p> <table border="1" data-bbox="581 1688 1390 1839"> <tr> <td data-bbox="581 1688 850 1839"></td> <td data-bbox="850 1688 1118 1839"> <p>Organizaciones Administrativas Nacionales</p> </td> <td data-bbox="1118 1688 1390 1839"> <p>Organizaciones Administrativas Internacionales</p> </td> </tr> </table>		<p>Organizaciones Administrativas Nacionales</p>	<p>Organizaciones Administrativas Internacionales</p>
	<p>Organizaciones Administrativas Nacionales</p>	<p>Organizaciones Administrativas Internacionales</p>		

Manual sobre protección del consumidor, *Conferencia De Las Naciones Unidas Sobre Comercio Y Desarrollo*, UCTAD, pp. 36 a 42.
 Disponible en:
https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Labardini Inzunza, Adriana, *Del derecho a la protección de los consumidores y su organización*, Instituto de investigaciones Jurídicas UNAM, 2013.
 Disponible en:
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3567/33.pdf>
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Fabela, José, *Los derechos del consumidor*, Instituto De Investigaciones Jurídicas, pp. 5 a 10.
 Disponible en:
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/56/tc.pdf>
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

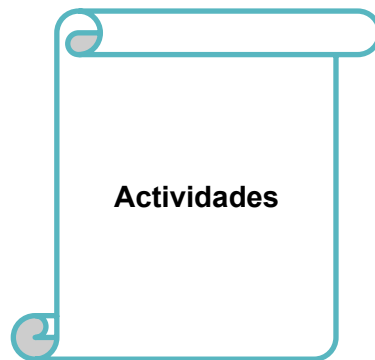
Asociaciones De Consumidores Links:

Consumers International.
 Disponible en:
<https://es.consumersinternational.org/who-we->

¿Qué actividades realizan?		
Diferencias		
Ejemplos: (Nacionales e internacionales)		
Ejemplos: (Nombres y país de origen)		
Datos relevantes		

Actividad de aprendizaje 2. Organización administrativa privada

Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad, enliste cuáles son las actividades, a través de las cuales se capitalizan las organizaciones de consumidores administrativas privadas, para alcanzar sus objetivos.



Actividad de aprendizaje 3. Organización administrativa nacional

Con base en la bibliografía sugerida para esta unidad y lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, elabore un mapa conceptual que contenga los aspectos de cómo se encuentran reguladas las organizaciones de consumidores en nuestro país.

are/
 [Consultado el 15 de agosto de 2022]

Confederación de consumidores y usuarios.

Disponible en: <https://cecu.es/index.php/area-internacional/49-consumers-international>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Asociaciones de consumidores nacionales.

Disponible en: <https://www.gob.mx/pr/ofeco/documentos/asociaciones-deconsumidoras-y-consumidores?state=published>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Organización de Consumidores y Usuarios (Privada)

Disponible en: <https://www.ocu.org/organizacion/quienes-somos/nuestra-historia>

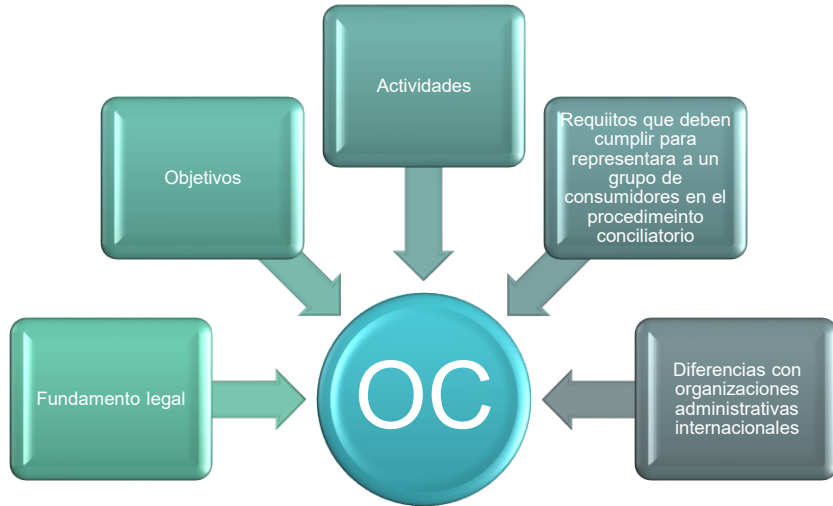
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

La Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible.

Disponible en: <https://consumoyciudadania.org/quienes-somos/>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Consumer Reports.



Actividad de aprendizaje 4. Presentación de queja grupal

Con base en lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, a continuación, enliste los requisitos para que una asociación u organización de consumidores pueda presentar una queja grupal ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

Requisitos generales para quejas individuales y grupales:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Requisitos adicionales para quejas grupales:

5. _____

Requisitos adicionales de la asociación u organización de consumidores:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Disponible en:
<https://www.consumereports.org/cro/index.htm>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

UFC-Que Choisir.

Disponible en:
<https://www.quechoisir.org/dossier-ufc-quechoisir-t587/>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

60millions-mag.com.

Disponible en:
<https://www.60millions-mag.com/qui-sommes-nous>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

PROTESTE.

Disponible en:
<https://www.proteste.org.br/>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, ODECU.

Disponible en:
<https://www.odecu.cl/>
Consultado el 15 de agosto de 2022]

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Organización Which?

Disponible en:
<https://www.which.co.uk/about-which/who-we-are-azQ8t7R93VDg>

Consultado el 15 de agosto de 2022]

<p><i>Stiftung Warentest (Test)</i> Disponible en: https://www.test.de/ [Consultado el 16 de agosto de 2022]</p> <p>El poder del consumidor A.C. Disponible en: https://elpoderdelconsumidor.org/ [Consultado el 16 de agosto de 2022]</p> <p>A consumidor A.C. Disponible en: http://www.alconsumidor.org/quienes-somos.phtml [Consultado el 16 de agosto de 2022]</p> <p>Asociación del Consumidor Mexicano. Disponible en: http://www.acmexicano.org/contacto/ [Consultado el 16 de agosto de 2022]</p>	
Autoevaluación	
<p>Instrucciones.</p> <p>Con base en la lista proporcionada, complete la frase con la palabra correcta.</p> <p>La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el tercer párrafo del artículo 28, establece que la _____ protegerá a los consumidores y _____ su _____ para el mejor cuidado de sus intereses.</p> <p>En concordancia con lo anterior, la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece como algunos de los principios que rigen las relaciones de consumo, la _____ de constituir _____ u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean _____ de los derechos del consumidor.</p> <p>Para garantizar lo anterior, la Procuraduría Federal del Consumidor tiene entre sus _____ la de celebrar _____ con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta ley, así como la de _____ y apoyar la _____ de organizaciones de consumidores, proporcionándoles</p>	

_____ y _____, así como procurar mecanismos para su _____.

Para la _____ de sus planes y programas de trabajo, la Procuraduría llevará a cabo _____ con representantes de los sectores público, social y privado; con instituciones nacionales de _____ superior, así como con organizaciones de _____. Asimismo, asesorará a la Secretaría en cuestiones relacionadas con las políticas de protección al consumidor y _____ sobre los proyectos de normas _____ mexicanas y sobre cualquiera otra medida _____ que pueda afectar los derechos de los consumidores.

Lista de palabras:

- capacitación
- promover
- libertad
- educación
- garantías
- ley
- grupos
- opinará
- oficiales
- elaboración
- organización
- asesoría
- convenios
- propiciará
- atribuciones
- constitución
- autogestión
- consultas
- consumidores
- regulatoria

Constituyen la fuente de consulta para el estudio general de la materia:

Bibliografía Básica

Aguilar Cuevas, Magdalena, *El Defensor del Ciudadano*, México, UNAM, 1991.

Castro y Bravo, Federico de., *Las condiciones generales de los contratos y la eficacia de las leyes*, 2ª ed., Madrid, Civitas, 1987.

García Canclini, Néstor, *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multilaterales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995.

Lares Romero, Víctor Hugo, *El derecho de protección a los consumidores en México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 1991.

Ovalle Fabela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994.

Rezzonico, Juan Carlos, *Contratos con Cláusulas Predispuestas*, Buenos Aires: Astrea, 1987.

Rubiel, Juan Manuel, "Contratos por adhesión", en: *Revista de Derecho Privado*, Año 8, Núm. 22, enero-abril 1997, México, McGraw-Hill, 1997.

Sánchez Cordero Dávila, José A., *La protección del consumidor*, México, UNAM: Nueva Imagen, 1981.

Stiglitz, Gabriel, *Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor*, Buenos Aires: Depalma, 1985.

_____. *Derecho del Consumidor*, Santa Fe, Argentina, Juris, 1992.
3 tomos.

_____. *Protección Jurídica del Consumidor*, Buenos Aires, Depalma, 1986.

Bibliografía complementaria

Barrera Graf, Jorge, “*La Ley de Protección al Consumidor*”, en: Jurídica, Núm. 8, julio de 1976.

D'Egremy, Francisco A., *Los mil rostros del consumidor: los motivos de compra, como descubrirlos, como encauzarlos*, México, EDAMEX, 1985.

Green, John H. A., *La teoría del consumidor*, Madrid, Alianza Universidad, 1986.

Monterrubio, Mario C., *Ley Federal de Protección al Consumidor, Comentada*, México, Manuel Porrúa, 1977.

Olvera De Luna, Omar, *Contratos Mercantiles*, México, Porrúa, 1982.

Ovalle Fabela, José, “*Algunos Problemas Procesales de la Protección al Consumidor en México*”, en: Anuario Jurídico, VI/1978.

Parra Lucán, Ma. Ángeles, *Daños por productos y protección del consumidor*, Barcelona, Bosch, 1990.

Schnake Ayechu, Hugo, *El comportamiento del consumidor*, México, Trillas, 1990.

Stiglitz, Gabriel A., *El consumidor y los derechos humanos*, México, Academia Mexicana de Derechos Humanos, Instituto Nacional del Consumidor, 1985.

El Dinero de plástico, *Historia del Crédito al Consumidor y de los Nuevos Sistemas de Pago en México*, México, Fortson, 1990.

Bibliografía sugerida por el autor

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos para el Análisis y Verificación de la Información y Publicidad.

Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5260762&fecha=24/07/2012

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Acuerdo por el que se establecen los lineamientos de información o publicidad comparativa en materia de precios de bienes, productos o servicios.

Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5114864&fecha=19/10/2009

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Artículo 67 del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFPC_191219.pdf

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Seguridad de los productos de consumo Nota de la secretaría de la UNCTAD, Ginebra 2018.

Disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd12_es.pdf

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos artículo 28.

Domínguez Martínez, Jorge Alfredo, 1910-2010. *Conferencias en homenaje a la Universidad Nacional Autónoma de México por su centenario. Orden público y la autonomía de la voluntad*, México, Colegio de Profesores de Derecho Civil de la Facultad de Derecho de la UNAM, 2010, P. 83.

Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3834/9.pdf>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Fernández Ruiz, Jorge, Capítulo *Derechos Humanos y Ombudsman en México*, México. UNAM, pp. 117 a 136.

Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/2/883/14.pdf>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Gámiz Parral, Máximo N., García Rubí, Jorge Arturo, compiladores, *Las Entidades federativas en la reforma constitucional*. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2005 –Capítulo GARANTIZACIÓN Y REFORMAS JUDICIALES DE LOS DERECHOS SOCIALES. Gabriela MENDIZÁBAL BERMÚDEZ, pp. 163 a 171.

Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1649/15.pdf>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Labardini Inzunza, Adriana, *Del derecho a la protección de los consumidores y su organización*, Instituto de investigaciones Jurídicas UNAM, 2013.

Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3567/33.pdf>

[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ley Federal de Procedimiento Administrativo, Título Sexto del Recurso de Revisión Del Art. 83 en adelante.

Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/112_180518.pdf
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo Título II De la Substanciación y Resolución del Juicio Del Art. 13 en adelante.

Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPCA_270117.pdf
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ley Federal de Protección al Consumidor. Capítulo I Disposiciones Generales. Arts. 2

Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_261219.pdf
[Consultado el 18 de marzo de 2022]

López Montoya, Elsy, *La Defensa De Los Derechos Del Desde Una Perspectiva Internacional*. SUA. UNAM, pp. 1 a 9.

Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/amicus/article/view/15361/14613>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Manual sobre protección del consumidor, Conferencia De Las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo, UCTAD. Págs. 36 a 42.

Disponible en: https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Mosset Iturraspe, Jorge, *El orden público y la tutela del consumidor y usuario*, Revista Iberoamericana de Derecho Privado – Número 3 – junio 2016, Argentina, pp. 228 y 229.

Disponible en: <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/latinoamericana-derecho/article/download/21387/19060>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Ovalle Favela, José, *Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor*, México, McGraw-Hill, 1994, pp. 54 a 63.

Ovalle Favela, José, *Derechos del Consumidor*, México UNAM, 2000, pp. 3 a 16.

Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/56/tc.pdf>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Tesis aislada, novena época, registro: 182790, fuente Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, número IV.3o.C.12 C, PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. SUS CONVENIOS NO PUEDEN CONSIDERARSE TÍTULOS EJECUTIVOS, SI NO REÚNEN LOS REQUISITOS DE LEY.

Disponible en: <https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/182790>
[Consultado el 15 de agosto de 2022]

Sitios electrónicos de interés:

La Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible

<https://consumoyciudadania.org/quienes-somos/>

Consumer Reports

<https://www.consumerreports.org/cro/index.htm>

UFC-Que Choisir

<https://www.quechoisir.org/dossier-ufc-que-choisir-t587/>

60millions-mag.com

<https://www.60millions-mag.com/qui-sommes-nous>

PROTESTE

<https://www.proteste.org.br/>

Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, ODECU

<https://www.odecu.cl/>

Which?

<https://www.which.co.uk/about-which/who-we-are-azQ8t7R93VDg>

Stiftung Warentest (Test)

<https://www.test.de/>

El poder del consumidor A.C.

<https://elpoderdelconsumidor.org/>

A consumidor A.C.

<http://www.alconsumidor.org/quienes-somos.phtml>

Asociación del Consumidor Mexicano

<http://www.acmexicano.org/contacto/>

Para realizar las actividades de aprendizaje de la guía, se utilizó la bibliografía básica, bibliografía complementaria, documentos publicados en internet y sitios electrónicos de interés del temario de la materia, así como la bibliografía sugerida por el autor de la misma.

Respuesta de las autoevaluaciones

<p align="center">Unidad 1</p> <p>Opción múltiple</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. B 2. C 3. B 4. C 5. C 	<p align="center">Unidad 2</p> <p>Respuesta con base en la bibliografía proporcionada</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oficinas de Defensa del Consumidor (ODECO), antes Delegaciones PROFECO 2. Art. 20 LFPC 3. Art. 24 LFPC 4. Art. 2 LFP, fracción I, LFPC 5. Art. 99, penúltimo párrafo LFPC 6. Art. 5 LFPC 																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
<p align="center">Unidad 3</p> <p>Opción múltiple</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A 2. A 3. B 4. C 5. A 6. D 7. C 	<p align="center">Unidad 4</p> <p>Respuesta correcta</p> <p>VERTICAL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conciliatorio 2. Prescripción 3. Diez 4. Electrónica 5. Dictamen <p>HORIZONTAL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compensación 2. Notificación 3. Económica 4. Acción 5. Ejecución <table border="1" data-bbox="695 1444 1382 1755"> <tr><td>A</td><td>L</td><td>D</td><td>I</td><td>C</td><td>F</td><td>A</td><td>M</td><td>E</td><td>N</td><td>S</td><td>I</td><td>O</td><td>P</td><td>R</td><td>F</td><td>A</td></tr> <tr><td>L</td><td>U</td><td>C</td><td>A</td><td>Q</td><td>I</td><td>B</td><td>O</td><td>N</td><td>O</td><td>T</td><td>I</td><td>Q</td><td>A</td><td>E</td><td>S</td><td>I</td></tr> <tr><td>I</td><td>C</td><td>T</td><td>N</td><td>B</td><td>E</td><td>L</td><td>E</td><td>G</td><td>I</td><td>R</td><td>Q</td><td>N</td><td>I</td><td>C</td><td>A</td><td>L</td></tr> <tr><td>C</td><td>B</td><td>I</td><td>C</td><td>Q</td><td>C</td><td>O</td><td>Q</td><td>A</td><td>I</td><td>A</td><td>L</td><td>C</td><td>E</td><td>O</td><td>N</td><td>K</td></tr> <tr><td>A</td><td>A</td><td>S</td><td>H</td><td>L</td><td>A</td><td>J</td><td>A</td><td>R</td><td>I</td><td>C</td><td>A</td><td>J</td><td>E</td><td>N</td><td>T</td><td>D</td></tr> <tr><td>S</td><td>P</td><td>S</td><td>I</td><td>E</td><td>M</td><td>A</td><td>L</td><td>U</td><td>G</td><td>U</td><td>S</td><td>T</td><td>V</td><td>O</td><td>R</td><td>C</td></tr> <tr><td>T</td><td>I</td><td>M</td><td>E</td><td>I</td><td>L</td><td>J</td><td>S</td><td>A</td><td>T</td><td>J</td><td>I</td><td>R</td><td>M</td><td>A</td><td>R</td><td></td></tr> <tr><td>I</td><td>M</td><td>P</td><td>J</td><td>E</td><td>T</td><td>Q</td><td>B</td><td>I</td><td>C</td><td>E</td><td>R</td><td>L</td><td>D</td><td>I</td><td>E</td><td>Z</td></tr> <tr><td>P</td><td>R</td><td>E</td><td>S</td><td>E</td><td>R</td><td>I</td><td>P</td><td>C</td><td>I</td><td>O</td><td>N</td><td>T</td><td>A</td><td>C</td><td>P</td><td>Y</td></tr> <tr><td>Z</td><td>I</td><td>N</td><td>O</td><td>E</td><td>O</td><td>X</td><td>E</td><td>C</td><td>O</td><td>J</td><td>U</td><td>B</td><td>C</td><td>A</td><td>A</td><td>X</td></tr> <tr><td>E</td><td>V</td><td>S</td><td>A</td><td>C</td><td>S</td><td>N</td><td>N</td><td>E</td><td>N</td><td>O</td><td>S</td><td>U</td><td>A</td><td>S</td><td>G</td><td>A</td></tr> <tr><td>S</td><td>O</td><td>A</td><td>T</td><td>I</td><td>D</td><td>S</td><td>O</td><td>P</td><td>S</td><td>U</td><td>A</td><td>N</td><td>T</td><td>S</td><td>A</td><td>H</td></tr> <tr><td>N</td><td>B</td><td>E</td><td>E</td><td>D</td><td>A</td><td>I</td><td>I</td><td>M</td><td>D</td><td>A</td><td>L</td><td>O</td><td>I</td><td>Z</td><td>N</td><td>U</td></tr> <tr><td>E</td><td>A</td><td>I</td><td>A</td><td>N</td><td>M</td><td>E</td><td>C</td><td>L</td><td>Q</td><td>U</td><td>E</td><td>S</td><td>L</td><td>Q</td><td>T</td><td>R</td></tr> <tr><td>I</td><td>T</td><td>O</td><td>U</td><td>S</td><td>T</td><td>R</td><td>C</td><td>B</td><td>U</td><td>E</td><td>R</td><td>F</td><td>O</td><td>B</td><td>I</td><td>G</td></tr> <tr><td>C</td><td>O</td><td>N</td><td>C</td><td>I</td><td>L</td><td>I</td><td>A</td><td>F</td><td>Q</td><td>R</td><td>I</td><td>O</td><td>D</td><td>I</td><td>D</td><td>A</td></tr> <tr><td>E</td><td>K</td><td>I</td><td>U</td><td>G</td><td>E</td><td>M</td><td>E</td><td>R</td><td>D</td><td>I</td><td>O</td><td>S</td><td>T</td><td>E</td><td>G</td><td>S</td></tr> </table>	A	L	D	I	C	F	A	M	E	N	S	I	O	P	R	F	A	L	U	C	A	Q	I	B	O	N	O	T	I	Q	A	E	S	I	I	C	T	N	B	E	L	E	G	I	R	Q	N	I	C	A	L	C	B	I	C	Q	C	O	Q	A	I	A	L	C	E	O	N	K	A	A	S	H	L	A	J	A	R	I	C	A	J	E	N	T	D	S	P	S	I	E	M	A	L	U	G	U	S	T	V	O	R	C	T	I	M	E	I	L	J	S	A	T	J	I	R	M	A	R		I	M	P	J	E	T	Q	B	I	C	E	R	L	D	I	E	Z	P	R	E	S	E	R	I	P	C	I	O	N	T	A	C	P	Y	Z	I	N	O	E	O	X	E	C	O	J	U	B	C	A	A	X	E	V	S	A	C	S	N	N	E	N	O	S	U	A	S	G	A	S	O	A	T	I	D	S	O	P	S	U	A	N	T	S	A	H	N	B	E	E	D	A	I	I	M	D	A	L	O	I	Z	N	U	E	A	I	A	N	M	E	C	L	Q	U	E	S	L	Q	T	R	I	T	O	U	S	T	R	C	B	U	E	R	F	O	B	I	G	C	O	N	C	I	L	I	A	F	Q	R	I	O	D	I	D	A	E	K	I	U	G	E	M	E	R	D	I	O	S	T	E	G	S
A	L	D	I	C	F	A	M	E	N	S	I	O	P	R	F	A																																																																																																																																																																																																																																																																																		
L	U	C	A	Q	I	B	O	N	O	T	I	Q	A	E	S	I																																																																																																																																																																																																																																																																																		
I	C	T	N	B	E	L	E	G	I	R	Q	N	I	C	A	L																																																																																																																																																																																																																																																																																		
C	B	I	C	Q	C	O	Q	A	I	A	L	C	E	O	N	K																																																																																																																																																																																																																																																																																		
A	A	S	H	L	A	J	A	R	I	C	A	J	E	N	T	D																																																																																																																																																																																																																																																																																		
S	P	S	I	E	M	A	L	U	G	U	S	T	V	O	R	C																																																																																																																																																																																																																																																																																		
T	I	M	E	I	L	J	S	A	T	J	I	R	M	A	R																																																																																																																																																																																																																																																																																			
I	M	P	J	E	T	Q	B	I	C	E	R	L	D	I	E	Z																																																																																																																																																																																																																																																																																		
P	R	E	S	E	R	I	P	C	I	O	N	T	A	C	P	Y																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Z	I	N	O	E	O	X	E	C	O	J	U	B	C	A	A	X																																																																																																																																																																																																																																																																																		
E	V	S	A	C	S	N	N	E	N	O	S	U	A	S	G	A																																																																																																																																																																																																																																																																																		
S	O	A	T	I	D	S	O	P	S	U	A	N	T	S	A	H																																																																																																																																																																																																																																																																																		
N	B	E	E	D	A	I	I	M	D	A	L	O	I	Z	N	U																																																																																																																																																																																																																																																																																		
E	A	I	A	N	M	E	C	L	Q	U	E	S	L	Q	T	R																																																																																																																																																																																																																																																																																		
I	T	O	U	S	T	R	C	B	U	E	R	F	O	B	I	G																																																																																																																																																																																																																																																																																		
C	O	N	C	I	L	I	A	F	Q	R	I	O	D	I	D	A																																																																																																																																																																																																																																																																																		
E	K	I	U	G	E	M	E	R	D	I	O	S	T	E	G	S																																																																																																																																																																																																																																																																																		

Unidad 5

Respuestas de la actividad acompleta la frase correcta:

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el tercer párrafo del artículo 28, establece que la **ley** protegerá a los consumidores y **propiciará** su **organización** para el mejor cuidado de sus intereses. Art. 28.

En concordancia con lo anterior, la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece como uno de los principios que rigen las relaciones de consumo, la **libertad** de constituir **grupos** u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean **garantes** de los derechos del consumidor. Art. 1.

Para garantizar lo anterior, la Procuraduría Federal del Consumidor tiene entre sus **atribuciones** la de celebrar **convenios** con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta ley, así como la de **promover** y apoyar la **constitución** de organizaciones de consumidores, proporcionándoles **capacitación** y **asesoría**, así como procurar mecanismos para su **autogestión**. Art. 24.

Para la **elaboración** de sus planes y programas de trabajo, la Procuraduría llevará a cabo **consultas** con representantes de los sectores público, social y privado; con instituciones nacionales de **educación** superior, así como con organizaciones de **consumidores**. Asimismo, asesorará a la Secretaría en cuestiones relacionadas con las políticas de protección al consumidor y **opinará** sobre los proyectos de normas **oficiales** mexicanas y sobre cualquiera otra medida **regulatoria** que pueda afectar los derechos de los consumidores. Art. 31.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Dr. Enrique Graue Wiechers
Rector

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario General

Dr. Luis Agustín Álvarez Icaza Longoria
Secretario Administrativo

Dr. Alfredo Sánchez Castañeda
Abogado General

FACULTAD DE DERECHO

Dr. Raúl Contreras Bustamante
Director

Mtro. Ricardo Rojas Arévalo
Secretaría General

Mtra. Irma Patricia Merodio Bassan
Secretaría Administrativa

Dra. Sonia Venegas Álvarez
Secretaría Académica

Lic. Lorena Gabriela Becerril Morales
Secretaría de Asuntos Escolares

DIVISIÓN DE UNIVERSIDAD ABIERTA

Dr. Tito Armando Granados Carrión
Jefe de División

Mtro. Orlando Montelongo Valencia
Coordinador de Evaluación

Lic. Miguel Ángel Vidal González
Responsable de Sección Escolar

Lic. Carlos Mondragón Navarro
Revisión Editorial

Mtro. Diego Alexander Cancino Meza
Jefe de Diseño

Mtra. G. Herlinda Valverde Uribe
Delegación Administrativa



SUAYED Facultad de Derecho
 DUA
División de Universidad Abierta