

# ÍNDICE

## PRESENTACIÓN

Experiencias de una promotora en la Educación para un consumo responsable	3
Introducción	4
Programa de Educación para el consumo responsable	5
Matriz de Educación para el consumo responsable	6

## CONTENIDO

Unidad I.	
La sociedad de consumo	13
Tema 1. Consumo y consumismo	15
Tema 2. Publicidad, moda y diseño	29
Unidad II.	
Consumo responsable	41
Tema 3. Esfera individual, el consumidor	43
Tema 4. Esfera social, la sociedad	59
Tema 5. Esfera medioambiental, el medio ambiente	79
Unidad III.	
Profeco, Ley Federal de Protección al Consumidor y derechos del consumidor	99
Tema 6. Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y derechos del consumidor	101
Tema 7. Profeco y sus servicios	117
Unidad IV.	
Antes de una compra: la prevención	131
Tema 8. La información	133
Tema 9. Los riesgos	149
Tema 10. Los contratos	167
Unidad V.	
Después de una compra: reacción	183
Tema 11. El resarcimiento	185
Tema 12. Organización y acciones colectivas	201
Bibliografía	221
Antología de lecturas	227
Juegos del consumo responsable	233

## Directorio

Lic. Lorena Martínez Rodríguez  
Procuradora Federal del Consumidor  
Prof. Ricardo Hernández Morales  
Coordinador General de Educación y  
Divulgación

Lic. Ivonne Nemer Orive  
Directora General de Educación y  
Organización de Consumidores  
Lic. Yuri Calzada Ehrlich  
Director de Educación para el  
Consumo

Coordinadores del Manual de  
Educación para el Consumo  
Responsable  
Lic. Maximiliano Cárdenas Denham  
Dra. Angélica Irene Hernández González

### Colaboradores

Elizabeth Arana Vergaraa  
Miguel Ángel Godínez García  
María Concepción Guzmán Ramos  
Claudia Islas García  
Blanca Estela López Hernández  
Vanía Martínez Ramírez  
Mariana Morales Castillo  
Perla C. Sánchez Bermúdez  
María Alejandra Sánchez Plascencia  
Lucero Guadalupe Zárate Ovalle

### Corrección de Estilo

María Alejandra Sánchez Plascencia  
Azul Rocío Ramírez Vargas

### Diseño

B. Patricia Martínez Rodríguez  
Directora de arte y diseño

Daniel Wilson  
Marco Antonio Lugo Barrera

### Ilustraciones

Victor M. Gutiérrez García

## Presentación

Es importante señalar que durante los años sesenta, John F. Kennedy dijo "Todos somos consumidores", y efectivamente no hay ser humano que presuma de no serlo, por el contrario, en todas las etapas de nuestra vida, realizamos actos de consumo y nos situamos en el papel de consumidor o de proveedor, en cada una de las relaciones de consumo que suceden de manera cotidiana. Si lo pensamos un momento, ninguna institución en el mundo podría velar todas y cada una de las relaciones de consumo; tan sólo en México, con más de 100 millones de habitantes, esta institución se enfrentaría a miles de millones de relaciones de consumo todos los días. Por lo anterior, es relevante la educación para el consumo responsable, de tal manera que permita a Profeco estar presente en las decisiones de consumo de cada persona, al estar consciente de las consecuencias que tiene su consumo en la esfera personal, social y medioambiental, y así prevenir y lograr que con mejores decisiones de consumo los ciudadanos no necesiten acudir ante Profeco.

Es innegable la existencia de la educación para el consumo como un principio de las relaciones de consumo, tutelado no sólo en la Ley Federal de Protección al Consumidor, sino en diversos documentos internacionales. Profeco, al ser el organismo protector de los derechos de los consumidores, tiene una encomienda diaria para cumplir este mandato, y busca mediante el presente documento hacer más fácil la labor de nuestros promotores y jefes de departamento de educación y divulgación que buscan el mismo propósito.

El presente Manual de educación para el consumo responsable es un esfuerzo de Profeco para otorgar herramientas didácticas a nuestros más de 150 promotores y jefes de departamento de educación y divulgación, adscritos a nuestras más de 70 delegaciones y subdelegaciones que día con día realizan la labor titánica de tratar de incidir en la población de este país para que consuma responsablemente.

Este documento es relevante, pues permite a los promotores tener una visión global del Programa de educación para el consumo responsable, con actividades diseñadas específicamente para cada uno de los perfiles de edad a los que se enfrenta el personal de Profeco en los grupos de consumidores, permitiendo así un mayor avance en el grado de entendimiento de los temas relacionados con el consumo.

Como saben, el personal de Profeco encargado de implementar el Programa de educación para el consumo responsable es muy importante, pues es una de las caras de la institución frente a la ciudadanía, que busca día con día atender todas las dudas de los grupos de consumidores y encaminarlos hacia mejores decisiones de consumo, es ahí donde se encuentra la relevancia de la labor de los promotores y jefes de departamento de educación y divulgación, que mediante la impartición de clases buscan proteger a los consumidores cuidando su consumo y con esto beneficiando la economía de miles de familias en todo el país.

Lic. Lorena Martínez Rodríguez  
Procuradora Federal del Consumidor

## Experiencias de una promotora en la educación para un consumo responsable

“Una de las innumerables experiencias que he tenido con los grupos de consumidores se las comparto por sus resultados y por ser ejemplo de un trabajo coordinado, pero sobre todo por lo que conlleva ser un promotor social comprometido con su país, con su estado, ¡con su gente!

Maguey Largo, Municipio de San José del Progreso, Distrito de Ocotlán, se encuentra a dos horas por carretera y una hora por terracería de la ciudad de Oaxaca, a tres horas aproximadamente si están en buen estado los caminos.

En 2004, acudió a la Delegación Profeco Oaxaca el profesor Román, quien recientemente había sido asignado a la Escuela Primaria de la Comunidad de Maguey Largo, para solicitar apoyo del Departamento de Educación y Divulgación, ya que había detectado que los días lunes, cuando se llevaban a cabo los honores a la bandera, varios niños se desmayaban por un alto nivel de desnutrición. Para abatir dicho problema, tramitó ante el IEEPO el programa de “Cocina Comunitaria”, mismo que involucra a las madres de familia en la preparación de alimentos con los productos de las despensas mensuales. El problema continuó, ya que la despensa se componía de productos principalmente como soya deshidratada, atún y sardina. Productos que las madres no consumían y no sabían preparar.

En una primera etapa iniciamos la capacitación con la preparación de platillos sabios con los productos que recibían, sensibilizando y concientizando a las madres de la importancia de la salud de sus hijos y de proporcionarles una alimentación balanceada, así como de sus derechos como consumidores. El programa comenzó a tener buenos resultados, inclusive en el refrigerio, las madres de familia se organizaron para preparar todos los productos alimenticios que se vendían.

En la segunda etapa trabajamos directamente con los alumnos, reforzando temas de alimentación y la importancia del desayuno y sus derechos como pequeños consumidores. Para dar continuidad a otros temas y aprovechando la proximidad del Día del Niño hicimos una convocatoria para que toda la escuela participara en el concurso “Tu imaginación no tiene límites”. Se trataba de que elaboraran algo, lo que se imaginaran, pero con productos reciclados, con lo que hubiera en sus casas, quedando excluido del concurso el alumno que incluyera algún producto comprado. El día del concurso, todo el personal del departamento y el delegado asistimos para la entrega de los premios. ¡Nos quedamos sorprendidos de las obras de arte que mostraron ante nuestros ojos! Realizaron toda clase de juguetes, instrumentos musicales, réplicas de sus casas, ¡una estación de gasolina que parecía hecha por un arquitecto! Qué difícil elegir al ganador, cuando todos eran tan sorprendentemente talentosos. Las obras ganadoras se enviaron a nuestra oficina central y fueron exhibidas durante algún tiempo en la recepción del edificio.

Para culminar el trabajo en equipo conformado por el director, profesores, alumnos, madres de familia y promotores de Profeco, el profesor Román manifestó la necesidad de contar con una biblioteca en el plantel; su petición se canalizó a la instancia correspondiente, sin embargo, fue rechazada. Ante la negativa, Profeco convocó en medios de comunicación a los niños de la ciudad de Oaxaca, con motivo del Día Mundial del Árbol, a obsequiar un libro que ya hubieran leído, tuvieran en casa y con dedicatoria a los niños de la Comunidad de Maguey Largo. ¡Fue un éxito!, recibimos 2,800 libros con los cuales Maguey Largo organizó su pequeña biblioteca, la primera que tuvo el pueblo, para beneplácito de los niños de la comunidad que en su tiempo libre ya tenían acceso a la lectura. La inauguración de la Biblioteca se realizó el Día Mundial de la Alimentación, y se llevó a cabo una exposición de los platillos que aprendieron a preparar las mamás, presidida por el delegado de Profeco y las autoridades de la comunidad.

Como promotora y capacitadora me siento satisfecha de haber sido parte de este trabajo en equipo, que logró alcanzar sus objetivos, se disminuyó la desnutrición y constatamos el talento nato de nuestros niños mexicanos.”

Norma Irma Osorio Santiago

Promotora de la Delegación Oaxaca de la Jefatura del Departamento de Educación<sup>1</sup>

---

1 Nueve años de experiencia.

## Introducción

El Manual de Educación para el consumo responsable pretende profundizar en cada uno de los temas que se han considerado como eje de la educación para el consumo, y proporcionar las actividades que deberán realizarse durante doce sesiones a lo largo de un año, contemplando una sesión mensual.

El desarrollo del tema se hace a partir de los aspectos más relevantes, y se esquematizan en un mapa conceptual, con la intención de que el promotor identifique los aspectos en que requiere profundizar. Para cada tema se especifica un objetivo general, que señala el aprendizaje a lograr, ello para orientar al promotor en el desarrollo de las actividades, es importante que no lo pierda de vista durante todo el desarrollo del tema. Se precisan también objetivos particulares, que refieren los aprendizajes a lograr dependiendo de la edad de cada grupo de consumidores.

Se describen las actividades a desarrollar en cada sesión de acuerdo con la edad de cada grupo de consumidores, es importante advertir que si bien en algunos grupos podría trabajarse con una misma estrategia o actividad, también se advierte que el manejo requiere de ciertas precisiones que lo harán accesible a la audiencia. Se sugiere poner especial atención en las diferencias que se establecen, principalmente en las preguntas de reflexión que se requiere para cada grupo en cada tema.

Durante cada sesión el promotor pondrá en práctica distintas estrategias didácticas tales como: lectura de cuento y fábula, análisis de imágenes, frases, poesía, noticias, y elaboración de textos, historia de vida, autobiografía, caricaturas. Las estrategias y secuencias didácticas pretenden que los consumidores descubran que las situaciones de consumo son parte fundamental de la vida. Por ende, cada actividad está diseñada de acuerdo con los intereses de cada grupo de consumidores, pretendiendo que a partir de su estructura, secuencia y contenido se logre un aprendizaje significativo, es decir, que se incorpore la reflexión a la toma de decisiones de consumo en la vida cotidiana.

Finalmente, las estrategias didácticas que integran el presente Manual han sido diseñadas a partir de los fundamentos que explican el aprendizaje desde una perspectiva constructivista, lo que implica que el promotor facilita el aprendizaje a partir de crear las situaciones que requiere cada grupo. Por ello, es fundamental que comprenda y dé sentido a este documento, y ahora ¡manos a la obra!

# PROGRAMA DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO

## Unidad I. La sociedad de consumo

Tema 1  
Consumo y consumismo

Tema 2  
Publicidad, moda y diseño

## Unidad II. Consumo responsable

Tema 3  
Esfera individual,  
el consumidor

Tema 4  
Esfera social,  
la sociedad

Tema 5  
Esfera medioambiental,  
el medio ambiente

## Unidad III. Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor y los derechos del consumidor

Tema 6  
Ley Federal de Protección  
al Consumidor (LFPC) y  
derechos del consumidor

Tema 7  
Profeco y sus servicios

## Unidad IV. Antes de una compra: la prevención

Tema 8  
La información

Tema 9  
Los riesgos

Tema 10  
Los contratos

## Unidad V. Después de una compra: reacción

Tema 11  
El resarcimiento

Tema 12  
Organización y  
acciones colectivas

# MATRIZ DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE

## Unidad I. La sociedad de consumo

Tema	Propósito general del tema	Propósitos específicos del tema	Propósitos de las actividades para cada perfil	Orientaciones
------	----------------------------	---------------------------------	--	---------------

### TEMA 1

Consumo y consumismo	Diferenciar el consumo en contraste con una sociedad de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la diferencia entre consumo y consumismo</li> <li>• Identificar las prácticas consumistas que forman parte de la vida actual</li> <li>• Comprender por qué somos una sociedad de consumo</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Identificar las prácticas consumistas que forman parte de la vida actual	Requiere de un análisis que permita distinguir entre consumismo y prácticas de consumo responsable
			Primaria 2 (4° a 6°) Diferenciar los conceptos de consumo y consumismo	
			Secundaria Identificar la diferencia del consumo y consumismo	
			Media superior Identificar los factores que determinan el consumismo en la sociedad y las prácticas consumistas que pueden cambiar	
			Adultos y Adultos mayores Identificar el consumismo como parte fundamental de la vida actual	

### TEMA 2

Publicidad, moda y diseño	Hacer un análisis crítico de la publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar que el diseño de los productos es la cualidad a resaltar a través de la publicidad para imponer modas e influir en la toma de decisiones de los consumidores para realizar la compra</li> <li>• Identificar las estrategias que utiliza la publicidad para motivar la compra de los productos o servicios que anuncian</li> <li>• Identificar de qué manera influye la moda en la toma de decisiones de comprar ciertos productos o adquirir ciertos servicios</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Identificar que los anuncios dirigidos a los niños exageran o dicen cosas irreales de los productos, como inicio para el análisis crítico de la publicidad	La reflexión se debe centrar en reconocer las motivaciones de una compra e identificar las pautas para hacer un análisis crítico de la publicidad
			Primaria 2 (4° a 6°) Identificar de qué manera influye la moda en la toma de decisiones de comprar ciertos productos o adquirir ciertos servicios.	
			Secundaria y Media superior Identificar que la publicidad dirigida a los adolescentes contienen mensajes relacionadas con sus deseos y aspiraciones como estrategia para el análisis crítico de la publicidad	
			Adultos y Adultos mayores Hacer un análisis crítico de la publicidad	

## Unidad II. Consumo responsable

Tema	Propósito general del tema	Propósitos específicos del tema	Propósitos de las actividades para cada perfil	Orientaciones
------	----------------------------	---------------------------------	--	---------------

### TEMA 3

Esfera individual, el consumidor	Identificar las consecuencias de las decisiones de compra en la calidad de vida del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar los alimentos que más se consumen y alentar el consumo de frutas.</li> <li>Identificar las consecuencias del consumo de alimentos que no tienen valor nutricional.</li> <li>Identificar las consecuencias del estilo de vida relacionados con el cuidado de la salud y el manejo de las finanzas personales</li> <li>Identificar las consecuencias del manejo de las finanzas personales para el retiro</li> <li>Identificar que las decisiones de consumo saludable forman parte de asumir la responsabilidad sobre nuestra salud</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Identificar los alimentos que más se consumen y alentar el consumo de frutas.	Las orientaciones deben provocar la reflexión respecto de la importancia de asumir la responsabilidad de las decisiones de consumo
			Primaria 2 (4° a 6°) Identificar las consecuencias del consumo de alimentos que no tienen valor nutricional	
			Secundaria y Media superior Identificar las consecuencias del estilo de vida relacionados con el cuidado de la salud y el manejo de las finanzas personales	
			Adultos Identificar las consecuencias del manejo de las finanzas personales para el retiro	
			Adultos mayores Identificar que las decisiones de consumo saludable forman parte de asumir la responsabilidad sobre nuestra salud	

### TEMA 4

Esfera social, la sociedad	Reconocer nuestra responsabilidad con la sociedad al preferir formas de consumo que beneficien a todos sus miembros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar el papel social del hombre</li> <li>Identificar las consecuencias sociales de nuestras decisiones de consumo</li> <li>Conocer alternativas de consumo como el comercio justo y el consumo solidario</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Conocer el consumo solidario	El análisis se orienta a discernir que el papel que tienen las personas que participan en el proceso de producción y comercialización de un producto o servicio
			Primaria 2 (3° a 6°) Valorar los productos que consumimos a partir de lo que representan para otras personas	
			Secundaria y Media superior Identificar las consecuencias del consumismo en la sociedad	
			Adultos y Adultos mayores Identificar la relación entre el estilo de vida personal con el cambio social a partir de preferir el consumo de productos cuyas empresas practican el Comercio Justo	

Tema	Propósito general del tema	Propósitos específicos del tema	Propósitos de las actividades para cada perfil	Orientaciones
------	----------------------------	---------------------------------	--	---------------

## TEMA 5

Esfera medioambiental, el medio ambiente	Identificar las acciones que pueden poner en práctica en su vida cotidiana para realizar un consumo sustentable en beneficio personal, de la sociedad y del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender en qué consiste el consumo sustentable</li> <li>• Identificar los aspectos que se pueden modificar en la vida cotidiana para realizar un consumo sustentable</li> <li>• Asumir el consumo sustentable como un compromiso personal, con la sociedad y con el medio ambiente</li> </ul>	Preescolar Identificar acciones sencillas que pueden contribuir a realizar un consumo responsable	El análisis debe evocar argumentos para identificar la necesidad de evitar que las prácticas de consumo dañen al medio ambiente
			Primaria 1 (1° a 3°) Identificar los aspectos que se pueden modificar en la vida cotidiana para realizar un consumo sustentable	
			Primaria 2 (4° a 6°) Identificar los aspectos que se pueden modificar en la vida cotidiana para realizar un consumo sustentable	
			Secundaria y Media superior Analizar y reflexionar sobre actividades cotidianas para identificar cómo impactan a nivel personal, en el medio ambiente y en la sociedad.	
			Adultos Comprender en qué consiste el consumo sustentable, e identificar acciones que pueden contribuir a realizar un consumo sustentable en la vida diaria	
			Adultos Mayores Identificar acciones que pueden contribuir a realizar un consumo sustentable.	

## Unidad III. Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor y los derechos del consumidor

## TEMA 6

Profeco, la Ley Federal de Protección al Consumidor y los derechos del consumidor	Conocer los derechos del consumidor enunciados en la Ley Federal de Protección al Consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender qué es un derecho como consumidor</li> <li>• Comprender la función de la Ley Federal de Protección al Consumidor</li> <li>• Identificar la importancia de la Ley Federal de Protección al Consumidor en nuestra vida cotidiana, comprender las reformas que ha tenido y advertir algunas situaciones que requieren contemplarse para nuevas reformas</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Comprender qué es un derecho como consumidor	Se orienta el análisis respecto de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su impacto en la vida cotidiana
			Primaria 2 (4° a 6°) y Secundaria Comprender la función de la Ley Federal de Protección al Consumidor	
			Media superior, Adultos y Adultos mayores Identificar la importancia de la Ley Federal de Protección al Consumidor en nuestra vida cotidiana, comprender las reformas que ha tenido y advertir algunas situaciones que requieren contemplarse para nuevas reformas	



Tema	Propósito general del tema	Propósitos específicos del tema	Propósitos de las actividades para cada perfil	Orientaciones
------	----------------------------	---------------------------------	--	---------------

## TEMA 7

Profeco y sus servicios	Conocer los servicios que ofrece Profeco	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar los servicios de Profeco</li> <li>Explicar cómo utilizar los servicios de Profeco</li> <li>Describir los servicios que no competen a Profeco y las instituciones que los atienden</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Conocer los servicios que ofrece Profeco	Se reflexiona respecto del impacto que tienen las acciones que Profeco realiza para provocar un cambio en la sociedad
			Primaria 2 (4° a 6°) ¿A la defensa de los derechos del consumidor!	
			Secundaria y Media superior ¿De qué nos quejamos?	
			Adultos y Adultos mayores ¿Cómo éramos hace 30 años?	

## Unidad IV. Antes de una compra: la prevención

## TEMA 8

La información	Conocer los derechos del consumidor aplicables para prevenir problemas de consumo antes de realizar una compra, en materia de información, etiquetado, publicidad, precios y productos con precios regulados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar el capítulo III de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) que refiere los derechos a la información y a la publicidad no engañosa.</li> <li>Explicar los derechos del Capítulo IV de la LFPC en relación a las promociones y ofertas</li> <li>Conocer la situación real de los productos con precio regulado</li> <li>Especificar cómo hacer una compra informada</li> <li>Identificar qué hacer en caso de estar ante una publicidad engañosa y un etiquetado que no cumple con la NOM</li> </ul>	Preescolar Identificar la información de la etiqueta de los productos	El análisis se orienta a la reflexión respecto de los elementos necesarios para tomar decisiones de consumo
			Primaria 1 (1° a 3°) y 2 (4° a 6°) Valorar la planeación de las compras para tomar decisiones en función de la información, y conocer qué es el precio máximo al público	
			Secundaria y Media superior Identificar las consecuencias de dejarse llevar por las ofertas, y reconocer la importancia de tomar decisiones de compra en función de la información	
			Adultos y Adultos mayores Identificar las consecuencias de informarse sobre las características y precio de un producto antes de tomar decisiones de consumo	

Tema	Propósito general del tema	Propósitos específicos del tema	Propósitos de las actividades para cada perfil	Orientaciones
------	----------------------------	---------------------------------	--	---------------

## TEMA 9

Los riesgos	Que el consumidor conozca las situaciones de riesgo más frecuentes al momento de una compra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asumir el derecho a la seguridad y la calidad de los productos y servicios que se consumen</li> <li>• Reconocer que la información sobre los productos y servicios, así como usar las Alertas Profeco permite ejercer los derechos como consumidores</li> <li>• Conocer la importancia de las NOM como normas que protegen el derecho a la seguridad y la calidad de los productos, y usar las Alertas Profeco para informarse y ejercer los derechos como consumidor</li> </ul>	Preescolar Identificar las situaciones de consumo que ponen en riesgo la seguridad	Se orienta la reflexión respecto de las previsiones que se deben tener al momento de tomar decisiones de consumo
			Primaria 1 (1° a 3°) y Primaria 2 (4° a 6°) Identificar las situaciones de consumo que ponen en riesgo la seguridad, y el derecho a la no discriminación por los prestadores de servicios	
			Secundaria Asumir el derecho a la seguridad y la calidad de los productos y servicios que se consumen	
			Media superior Reconocer que la información sobre los productos y servicios, así como usar las Alertas Profeco permite ejercer los derechos como consumidores	
			Adultos y Adultos mayores Conocer la importancia de las NOM como normas que protegen el derecho a la seguridad y la calidad de los productos, y usar las Alertas Profeco para informarse y ejercer los derechos como consumidor	

## TEMA 10

Los contratos	Reflexionar sobre la importancia que tienen los contratos de compraventa o contratación de un servicio para lograr condiciones de equidad entre las partes que se comprometen en él, para fomentar así la prevención antes de realizar una compra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender qué son los contratos y cómo pueden beneficiar a quienes se comprometen</li> <li>• Identificar las cláusulas que sean abusivas para los consumidores</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Comprender que una promesa es un compromiso de hacer algo	Se provoca el análisis de los contratos de adhesión y las previsiones que se tienen que tomar antes de firmarlos
			Primaria 2 (4° a 6°) Comprender que un contrato establece las reglas de la negociación para quienes lo firman	
			Secundaria y Media superior Identificar las implicaciones que conlleva firmar un contrato de adhesión	
			Adultos y Adultos mayores Comprender qué es un contrato de adhesión e implicaciones para el consumidor	

## Unidad V. Después de una compra: reacción

Tema	Propósito general del tema	Propósitos específicos del tema	Propósitos de las actividades para cada perfil	Orientaciones
------	----------------------------	---------------------------------	--	---------------

### TEMA 11

El resarcimiento	Identificar los mecanismos para exigir el derecho a la compensación en caso de inconformidad con el bien o servicio adquirido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las opciones con que cuenta el consumidor frente al incumplimiento del proveedor y los casos en que procede cada uno</li> <li>• Comprender en qué consiste el derecho al resarcimiento</li> <li>• Conocer los mecanismos para hacer valer el derecho al resarcimiento y ante quién presentarlas</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) Comprender qué es el resarcimiento al incumplimiento de un acuerdo.	Se orienta la reflexión para favorecer una cultura de la denuncia
			Primaria 2 (4° a 6°) Identificar situaciones para devolver un artículo y exigir el derecho a la compensación	
			Secundaria y Media superior Identificar las posibilidades de acción ante el incumplimiento del proveedor	
			Adultos y Adultos mayores Analizar los criterios para determinar el monto del resarcimiento ante un daño, e identificar la importancia de las acciones que se hacen para regular las prácticas comerciales.	

### TEMA 12

Organización y acciones colectivas	Explicar las ventajas de la organización en la defensa de los derechos de los consumidores (compras al mayoreo, boicots, etc.) y presentar el recurso jurídico de las acciones colectivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la importancia de las organizaciones de consumidores</li> <li>• Comprender el impacto del trabajo de las organizaciones de consumidores en el fortalecimiento de la protección de sus derechos</li> <li>• Conocer las acciones colectivas y comprender los beneficios de su existencia</li> <li>• Conocer los requisitos para presentar una acción colectiva y los sentidos en que se puede dictar la Sentencia.</li> </ul>	Preescolar y Primaria 1 (1° a 3°) y 2 (4° a 6°) Impulsar la participación de los niños en acciones colectivas con un propósito común	Se reflexiona respecto de la importancia de la participación social en los distintos temas relacionados con la defensa de los derechos del consumidor
			Secundaria y Media superior Impulsar la participación de los jóvenes en acciones colectivas para la protección de sus derechos	
			Adultos y Adultos mayores Comprender la importancia de participar en acciones colectivas para la protección de sus derechos	

