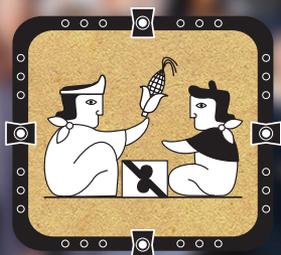


# MANUAL

## DE ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

Coordinación General de Educación y Divulgación





# ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES





> “El mercado de Tlatelolco” Fotografía del Mural de Diego Rivera en el que se representa el mercado de Tlatelolco.  
Foto: José Martos

## 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  
Yuri Calzada Ehrlich  
DIRECTOR DE EDUCACIÓN PARA  
EL CONSUMO

COORDINADORES DE LOS CURSOS  
ESPECIALIZADOS:

Lic. Maximiliano Cárdenas Denham  
Dra. Angélica Irene Hernández González  
Lic. Jesús Manuel Ramos Montiel

### COLABORADORES

María Alejandra Sánchez Plascencia  
Lucero Guadalupe Zárate Ovalle

María Alejandra Sánchez Plascencia  
CORRECCIÓN DE ESTILO

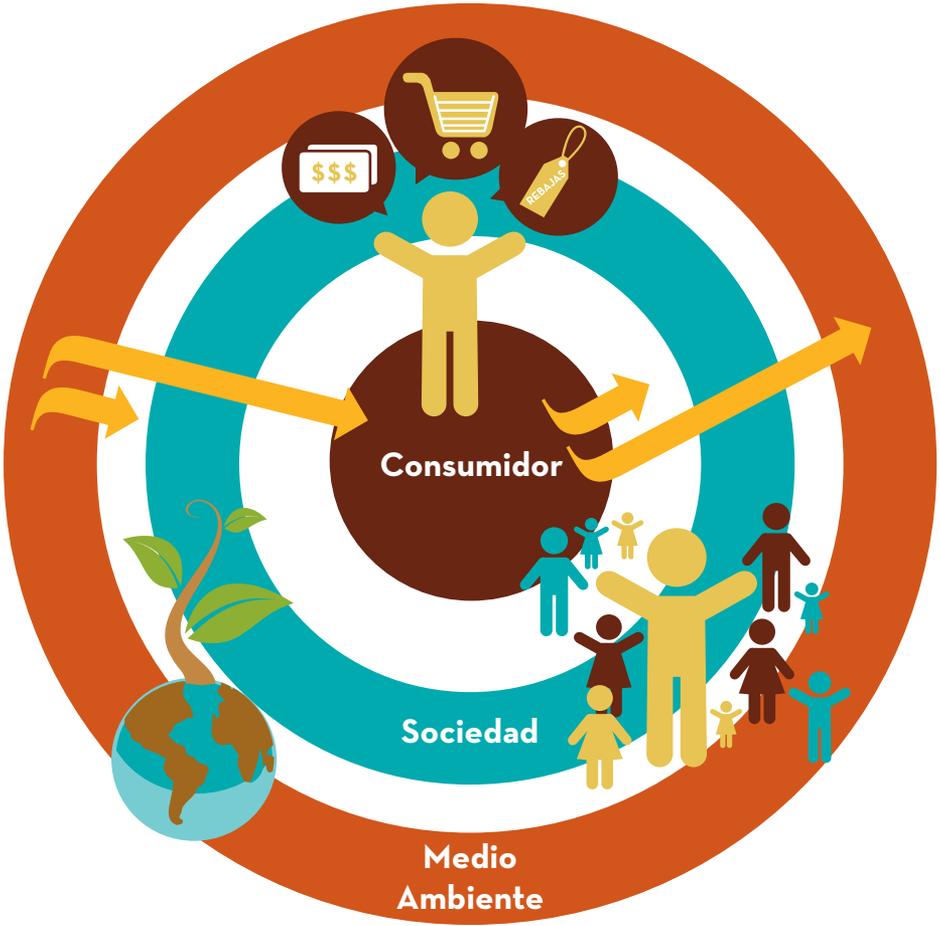
B. Patricia Martínez Rodríguez  
DIRECTORA DE ARTE Y DISEÑO

Daniel Wilson Oropeza  
DISEÑO

# ÍNDICE

---

Introducción	5
Mapa de objetivos de las sesiones	7
<b>Tema 1.</b> Desarrollo de Organizaciones de la Sociedad Civil	10
<b>Tema 2.</b> Movimiento de los Consumidores y Asociaciones de Consumidores	20
<b>Tema 3.</b> Pasos para crear una Organización de la Sociedad Civil de protección al consumidor	29
Bibliografía	35



“La calidad de una democracia representativa depende del contexto en que su sociedad se desenvuelve, pero sobre todo, en función de los vínculos de ASOCIACIÓN que crean los INDIVIDUOS DENTRO DE SU COMUNIDAD. La democracia se basa en el dominio de uno mismo, el cual se manifiesta en los LAZOS ASOCIATIVOS”.

Mark Warren

## INTRODUCCIÓN

---

Con el propósito de favorecer que los consumidores se involucren y participen de forma colectiva en acciones que beneficien a la comunidad, la Procuraduría Federal del Consumidor ha diseñado el presente documento que pretende proporcionar las pautas para orientar la conformación de grupos, que paulatinamente vayan actuando con mayor autonomía en la realización de acciones en defensa de sus derechos como consumidores; a partir de lo anterior la máxima aspiración es que los grupos de consumidores se constituyan como Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), que realicen acciones en beneficio de su comunidad.

Por ende, uno de los propósitos del presente Manual es informar a los grupos de consumidores respecto de las ventajas de conformarse en Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), para hacer frente a distintas problemáticas sociales e incidir en el desarrollo de políticas públicas que favorezcan a crear condiciones para que la relación entre proveedores y consumidores sea una relación comercial justa.

El Manual pretende además que los consumidores conozcan y analicen las características del Movimiento de Consumidores, como precedente del cambio social en la defensa efectiva de los derechos, dando con ello la pauta a crear conciencia de los alcances de la participación ciudadana en los problemas comunes a todos.

Las estrategias que se incluyen en el presente trabajo tienen la intención de orientar a los consumidores, no sólo en la revisión del proceso de conformación de una Asociación Civil, sino en el análisis de las implicaciones que tiene la agrupación formal de consumidores, así como la importancia de motivar la iniciativa y compromiso de sus miembros con el trabajo del grupo para obtener beneficio para todos.

Finalmente, los temas aquí presentados tienen la intención de propiciar una sociedad participativa, crítica y responsable de su propio desarrollo, en materia de protección al consumidor en beneficio de su comunidad.

**MAPA DE OBJETIVOS DE LAS SESIONES**

Tema	Objetivo general	Objetivos Particulares
Desarrollo de Organizaciones de la Sociedad Civil	Difundir a los grupos de consumidores información respecto de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) con la finalidad de que conozcan las ventajas que éstas tienen para hacer frente a distintas problemáticas sociales e incidir en el desarrollo de políticas públicas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que los participantes conozcan qué son las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), así como el beneficio que sus actividades generan en la población.</li> <li>2. Identificar a consumidores que tengan la intención de formar parte de una Asociación de Consumidores (AC).</li> <li>3. Profundizar en el análisis de la participación ciudadana en términos de los beneficios que tiene para los consumidores conformarse en una Organización de la Sociedad Civil (OSC).</li> </ol>
Movimiento de los Consumidores y Asociaciones de Consumidores	Analizar las principales características del Movimiento de Consumidores, con la finalidad de que conozcan las ventajas que tiene para establecer una defensa efectiva de los derechos de los consumidores.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer qué es el Movimiento de Consumidores para propiciar que el grupo se organice para la defensa de sus derechos desde una perspectiva colectivista.</li> <li>2. Difundir información sobre los beneficios del asociacionismo.</li> <li>3. Orientar a los beneficiarios para formar parte de una Asociación de Consumidores (AC) a partir de identificar y plantear soluciones conjuntas a las problemáticas de consumo de su comunidad</li> </ol>
Desarrollo pasos para crear una OSC de protección al consumidor	Dar a conocer los pasos a seguir para formar una Organización de la Sociedad Civil en materia de protección al consumidor y fomentar una sociedad participativa, crítica y responsable de su propio desarrollo, en beneficio de su comunidad.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar a ciudadanos que tengan la intención de conformar una asociación de consumidores y orientarlos en su proceso organizativo.</li> <li>2. Acompañar a los grupos organizados de consumidores que quieran adoptar personalidad jurídica e inscribirse en el Registro Federal de Organizaciones de la Sociedad Civil para obtener la CLUNI y poder acceder a financiamiento público.</li> <li>3. Coordinar acciones con las Asociaciones de Consumidores (AC) ya conformadas.</li> </ol>

Título de la actividad	Propósito de aprendizaje de las actividades
¿Nosotros una Organización de la Sociedad Civil?	Analizar los beneficios que tiene para los consumidores conformarse en una Organización de la Sociedad Civil.
¿Cómo iniciar el trabajo de una asociación de consumidores?	Orientar a los beneficiarios para formar parte de una Asociación de Consumidores (AC) a partir de identificar y plantear soluciones conjuntas a las problemáticas de consumo de su comunidad.
¿Qué necesitan para crear una asociación de consumidores?	Impulsar la conformación de una asociación de consumidores y orientarlos en su proceso organizativo.



## TEMA 1

---

# DESARROLLO DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL



## DESARROLLO DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

### Objetivo general:

Difundir a los grupos de consumidores información respecto de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) con la finalidad de que conozcan las ventajas que éstas tienen para hacer frente a distintas problemáticas sociales e incidir en el desarrollo de políticas públicas.

### Objetivos particulares:

- 1.** Que los participantes conozcan qué son las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), así como el beneficio que sus actividades generan en la población.
- 2.** Identificar a consumidores que tengan la intención de formar parte de una OSC.
- 3.** Profundizar en el análisis de la participación ciudadana en términos de los beneficios que tiene para los consumidores conformarse en una OSC.

## INTRODUCCIÓN

La participación de la sociedad para realizar acciones que contribuyan a resolver los problemas que le aquejan, constituye uno de los retos en el ejercicio de un Estado de Derecho y un logro importante de la vida en democracia.

Por ello, las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) tienen en nuestros días una de las tareas más importantes, ya que junto con el Estado comparten la responsabilidad de vislumbrar alternativas de solución a los problemas actuales.

Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) constituyen el espacio en que la sociedad puede influir fuertemente en las decisiones para la creación, desarrollo e implementación de políticas públicas en beneficio de distintos sectores.

### ¿Qué son las Organizaciones de la Sociedad Civil?

Para la Organización de Naciones Unidas (ONU), “el término de Organización de la Sociedad Civil (OSC) es amplio, contempla el ámbito en que los ciudadanos y los movimientos sociales se organizan en torno a determinados objetivos, grupos de personas, o temas de interés. En las organizaciones de la sociedad civil tienen cabida tanto las Organizaciones No Gubernamentales (ONG)<sup>1</sup> como las organizaciones populares- formales o informales- y otras categorías, como los medios de comunicación, las autoridades locales, los hombres de negocio y el mundo de la investigación”<sup>2</sup>.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol), en México se encuentran registradas 22,486<sup>3</sup> Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), lo que implica una diversificación en la defensa de ciertos derechos, como son: medio ambiente, salud, seguridad, consumidores, acceso a la información y transparencia, entre otros.

En México, la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil es la base de donde surgen algunas de las características que estas organizaciones tienen, como:

- Agrupaciones u organizaciones mexicanas que están legalmente constituidas.<sup>4</sup>
- Agrupaciones que no persigan fines de lucro, ni de proselitismo partidista, político-electoral o religioso.<sup>5</sup>
- Realizan actividades como: Asistencia social, apoyo para el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas, promoción de la equidad de género, apoyo en la defensa y promoción de los derechos humanos, promoción del deporte, promoción y aportación de servicios para la atención de la salud y cuestiones sanitarias, apoyo en el aprovechamiento de los recursos naturales, la protección del ambiente, promoción y fomento educativo, cultural, artístico, científico y tecnológico, promoción y defensa de los derechos de los consumidores, entre otras<sup>6</sup>.

1 El concepto de ONG se define como toda organización sin ánimo de lucro que no sea gubernamental ni intergubernamental. Actualmente el término ONG se reserva para las organizaciones formalmente constituidas, que a menudo no representan a sectores de población, sino que prestan servicios y movilizan a la opinión pública en esferas que revisten interés para el sistema de las Naciones Unidas.

2 Definición obtenida del portal de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO por sus siglas en inglés), sobre el concepto de una ONG y una OSC, visto el 20 de agosto de 2013, en: <http://www.rlc.fao.org/es/ong/ong/ongosc.htm>

3 Según datos obtenidos del portal de corresponsabilidad del Gobierno Federal, en búsqueda de OSC, visto el 20 de agosto de 2013, en: <http://www.corresponsabilidad.gob.mx/?p=>

4 Ver el artículo 3 de la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil (LFFAROSC)

5 Ibid.

6 Ver el artículo 5 de la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil (LFFAROSC), allí se señalan todas las actividades que pueden realizar las OSC y que pueden ser financiadas por recursos del Estado mexicano.



En nuestros días, uno de los componentes de las democracias modernas es el de fomentar la participación de nuevos actores en el diseño de políticas públicas<sup>7</sup> y en los mecanismos que garanticen ofrecer espacios para que la sociedad civil organizada forme parte de las decisiones públicas. Por lo tanto, el concepto de lo público va modificándose para engendrar una concepción más plural. Estos nuevos espacios de interlocución entre la sociedad y el Estado son característicos de lo que Ulrich Beck<sup>8</sup> denomina como democracia cosmopolita. Las OSC pueden convertirse en aliadas de la política pública<sup>9</sup> ya sea para implementar programas sociales, prestar servicios dirigidos a grupos de población específicos (niños y niñas, adultos mayores, personas con discapacidad, indígenas) o detectar necesidades y problemáticas particulares. Adicionalmente, las OSC pueden y deben involucrarse en los procesos de toma de decisiones públicas, ya sean regulatorias o no, pero que incidan en la mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos, así como en el disfrute y defensa de sus derechos.

Es por esto que las OSC desempeñan un papel fundamental como promotoras de los derechos de los ciudadanos, ya que se deben erigir como interlocutoras entre las instituciones públicas y la sociedad.

7 Política pública es, una respuesta institucional a un problema público teniendo en cuenta tres elementos: a) El consenso social, b) los límites cuantitativos y c) los límites cualitativos.

8 Ulrich Beck es un sociólogo y filósofo alemán que estudia aspectos como la modernización, los problemas ecológicos, la individualización y la globalización, visto el 20 de agosto de 2013, en: <http://www.infoamerica.org/teoria/beck1.htm>

9 Tapia Álvarez, Mónica. "Organizaciones de la Sociedad Civil y Políticas Públicas", en Los grandes problemas de México, pp. 411 a 445, El Colegio de México, visto el 6 de febrero de 2014 en: [http://www.alternativasociales.org/sites/default/files/publicacion\\_file/Organizaciones%20de%20la%20sociedad%20civil%20y%20pol%C3%ADticas%20p%C3%ABlicas.pdf](http://www.alternativasociales.org/sites/default/files/publicacion_file/Organizaciones%20de%20la%20sociedad%20civil%20y%20pol%C3%ADticas%20p%C3%ABlicas.pdf)

En términos generales, cumplen un papel eficaz y relevante en la formulación, implementación y evaluación de las políticas públicas siempre que con sus actividades fomenten la transparencia y la redición de cuentas; garanticen los derechos humanos y el Estado de Derecho; contribuyan a la formulación, el financiamiento y la prestación de servicios públicos; promuevan la participación ciudadana en las políticas públicas y la toma de decisiones, e incorporen más actores privados a la esfera pública.<sup>10</sup>

Bajo esta perspectiva, las OSC son fundamentales para amplificar y profundizar en la promoción y defensa de los derechos de los consumidores, por ejemplo, a través de la defensa propiamente legal de los intereses colectivos de los consumidores a través de las acciones colectivas, o bien, a través de la detección y denuncia de prácticas abusivas de los proveedores en los mercados, como la manipulación de precios o cantidades, que sirvan para prevenir y corregir dichas conductas. Otra función relevante de las OSC en materia de consumo puede estar vinculada a la prestación de servicios de educación sobre los derechos de los consumidores y la forma de tomar decisiones de consumo responsable a grupos de población afectados por problemáticas de consumo específicas, ubicados en comunidades alejadas de los centros de población urbanos o en circunstancias especiales de acuerdo a su vulnerabilidad. La investigación y la difusión de información crítica sobre sectores de actividad económica relevantes, como telecomunicaciones, energía, servicios de transportación aérea, entre otros, que facilite a los ciudadanos un mejor conocimiento de las condiciones en que los productos y servicios se les ofrecen también es una importante función al alcance de las OSC.

Una serie de factores alientan la afirmación de que las OSC en muchas ocasiones son más eficientes que el Gobierno para prestar ciertos servicios de interés público.<sup>11</sup> Entre dichos factores se encuentran una mayor proximidad a la población y flexibilidad gerencial, una mejor capacidad de respuesta, así como la posibilidad de realizar diagnósticos más precisos y diseñar contenidos más adecuados para ciertos grupos sociales.

De esta manera las OSC canalizan los intereses de los ciudadanos que participan activamente en la detección y solución de sus problemas, específicamente, de aquéllos vinculados al consumo y a los tópicos de protección al consumidor, de tal manera que sirven al propósito claro de empoderar a los consumidores como agentes centrales de las actividades económicas. Además, las actividades de las OSC guían las decisiones de las empresas y proveedores hacia las necesidades y problemas de los consumidores para mejorar el ambiente del mercado en su favor. En este sentido, el consumo y la protección al consumidor son una muestra de las actividades que pueden tener las OSC para la defensa de los derechos de los ciudadanos en un contexto de Derechos Humanos y no sólo en la dimensión de las relaciones de consumo entre particulares, al constituir la materia de protección al consumidor un ámbito de derechos de índole social y colectiva, inherente a las personas por el hecho de desenvolver su vida cotidiana bajo las dinámicas de múltiples mercados de bienes y servicios.

---

10 Idem.

11 Idem.

Finalmente, una visión sobre la importancia fundamental de las OSC consiste en que surjan y se consoliden como referentes para la acción colectiva de los consumidores de tal manera que sus actividades incidan en los componentes del mercado, logrando un mayor equilibrio en las relaciones de consumo y estableciendo una fuerte defensa de los consumidores, previniendo y corrigiendo acciones indebidas por los proveedores de bienes y servicios, pero aún más, logrando que los proveedores resarzan los daños que causen a los consumidores en su patrimonio e integridad personal por malas prácticas comerciales.

Lo anterior implica necesariamente reconocer que las OSC, a través de la organización de consumidores, también contribuyen a regular a las empresas<sup>12</sup> y proveedores, complementando la regulación gubernamental y los esfuerzos de autorregulación, a través de esquemas de monitoreo, auditoría, certificación y promoción de mejores prácticas en la provisión de productos y servicios.

### Por qué es importante participar con las OSC

- Participar en organizaciones de la sociedad civil fomenta y desarrolla habilidades de cooperación, así como una conciencia de las responsabilidades compartidas para el bienestar colectivo.
- Los miembros que saben asociarse confían más y tienen una mayor participación social porque se interesan en los temas de lo que nos es común.

---

12 Tapia Álvarez, Mónica et al. Fortalecimiento de la ciudadanía organizada. Diagnóstico y reformas para un ambiente propicio en México, p. 9, Alternativas y Capacidades, A.C., México, 2013.



- Gracias a esta conciencia cívica, se crea un círculo virtuoso que se manifiesta en una red de asociaciones que ayudan a estabilizar y resolver los problemas comunes.
- Se crean lazos efectivos de colaboración.
- Las OSC integran de manera libre y voluntaria a todos aquellos ciudadanos que tienen intereses compartidos y buscan el bien común.
- Se fortalece el ejercicio democrático al elegirse representantes como canales de salida de todas las denuncias y quejas que detecten y eventualmente representar legalmente a la organización ante las instituciones gubernamentales y lograr espacios para la toma de decisiones.
- Empoderan a los grupos sociales que representan y de los que se nutren en su actividad y realización de objetivos.
- Canalizan de manera más eficaz y organizada las necesidades y demandas de grupos de población dispersos o con necesidades específicas de atención.

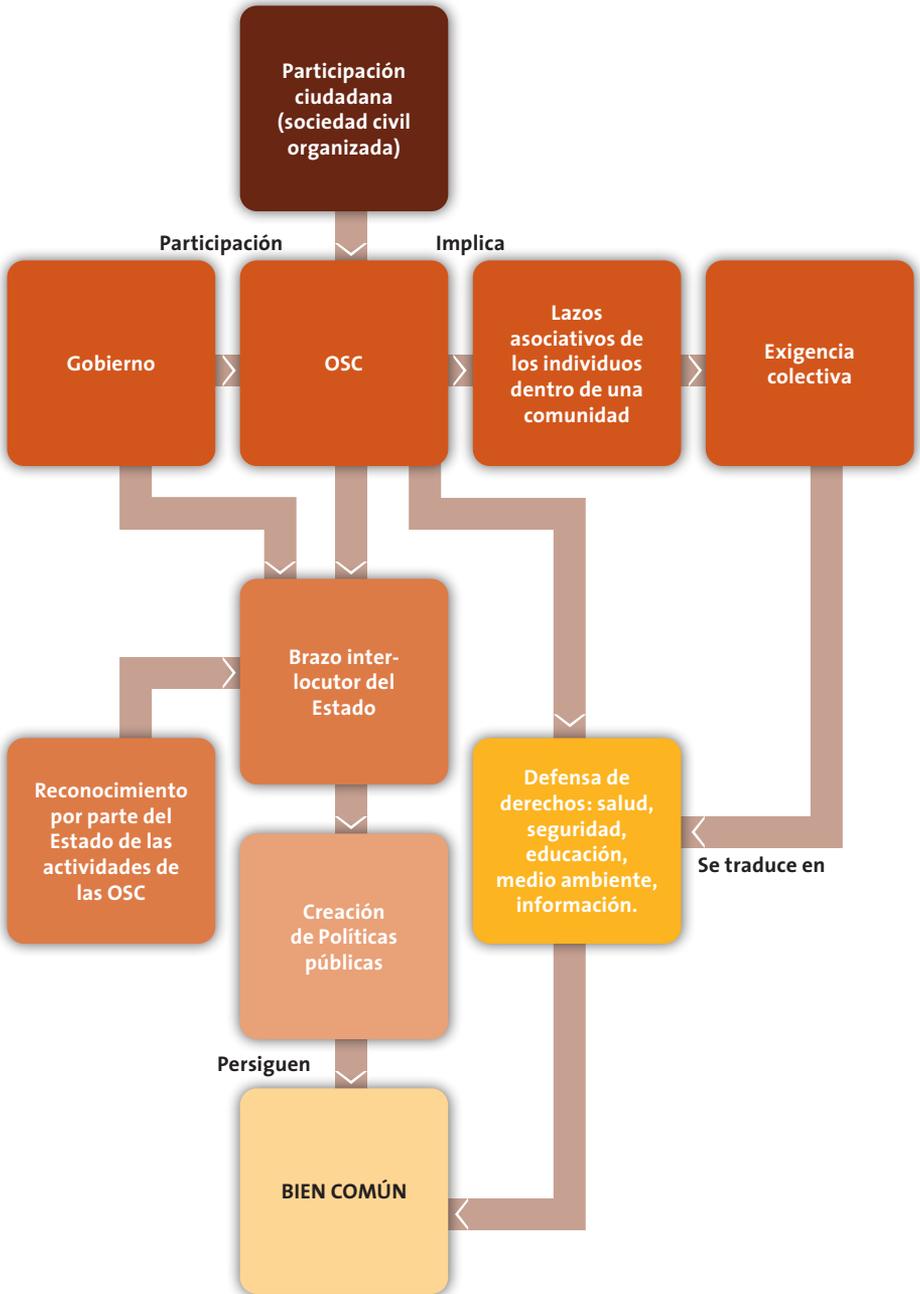
**Para que sea considerada como una verdadera organización debe:**

- Compartir los mismos objetivos.
- Ser democráticas.
- Defender intereses comunes.
- Reunirse para buscar soluciones a sus problemas.
- Escuchar las propuestas de todos los integrantes.
- Analizar y decidir colectivamente la ruta de trabajo a seguir.
- Comprometerse y asumir responsabilidades.
- Evaluar los logros obtenidos.

**Palabras clave**

- Consumo: Se refiere a una acción o circunstancia que se derivan de la época actual directamente relacionada con el acto y adquisición de productos o servicios con el propósito de satisfacer necesidades tanto individuales como sociales.
- Derechos de los consumidores: Conjunto de facultades que la norma jurídica otorga al consumidor, particularmente para que se equilibre la relación de consumo que se establece entre él y el proveedor, esas facultades se traducen en obligaciones que tiene principalmente el proveedor de respetar los derechos de los consumidores, pero también las autoridades al estar obligados a tutelarlos y hacerlos valer.

**Mapa Conceptual**



## NOVEDADES:

---

- *Sabías que...* En México existen más de 30 Asociaciones de Consumidores a las cuales puedes unirte en defensa de tus derechos.
- Si quieres crear tu propia Asociación de Consumidores, Profeco te dice cómo. Consulta los pasos a seguir en la página: [http://www.profeco.gob.mx/educ\\_div/paso\\_asocons.pdf](http://www.profeco.gob.mx/educ_div/paso_asocons.pdf)
- En 2010, en México existían alrededor de 22 mil OSC, mientras que en otros países como Chile existían 83 mil, en Perú 110 mil, en Colombia 130 mil y en Brasil 200 mil.

## MATERIAL AUDIOVISUAL:

---

- Video John Gerzema: el consumidor post-crisis en [http://new.ted.com/talks/john\\_gerzema\\_the\\_post\\_crisis\\_consumer](http://new.ted.com/talks/john_gerzema_the_post_crisis_consumer) (Duración 16:32 minutos) Se explica que hay un lado positivo a la reciente crisis financiera, la oportunidad para un cambio positivo. En esta charla, se identifica cuatro grandes cambios culturales impulsan nuevo comportamiento del consumidor y muestra cómo las empresas están evolucionando para conectar con el gasto reflexivo.



Watch Read Attend Participate About

John Gerzema:

# The post-crisis consumer

TEDxKC · 16:34 · Filmed Aug 2009

Subtitles available in 19 languages

 View interactive transcript



## ACTIVIDADES



**Título:** Nosotros, ¿una Organización de la Sociedad Civil?

**Perfil:** Adultos

**Tiempo:** 60 minutos



**Propósito del aprendizaje:** Analizar los beneficios que tiene para los consumidores conformarse en una Organización de la Sociedad Civil.



**Materiales:** Impresos del instrumento para identificar las características del grupo, formato para el registro de los resultados (en hoja de rotafolio), nota sobre los resultados de las Organizaciones Civiles, hojas de rotafolio, hojas y marcadores.



**Desarrollo:**

El promotor pregunta a los miembros del grupo: ¿Qué es vivir en democracia? Seguido de ello cede la palabra a dos o tres miembros del grupo, los cuales darán algunas ideas al respecto. Luego el promotor, retomando algunas de las ideas que se vinculen a la definición, les hace la siguiente precisión: Según los antiguos griegos la democracia es el gobierno del pueblo, lo que implica la participación de los ciudadanos en las decisiones y acciones para atender los problemas de la sociedad en que viven.

Después el promotor les pregunta: ¿Realmente participamos en las decisiones y acciones de gobierno?, ¿por qué?, y da la palabra a dos o tres miembros del grupo. Será importante que el promotor identifique en el discurso de los participantes las causas por las cuales participar en las decisiones de gobierno. Puede haber causas a favor y también en contra, sin embargo, el promotor debe apuntar a la corresponsabilidad de los ciudadanos como el eje del discurso para hacer las precisiones necesarias y estructurar el cierre al planteamiento, con el siguiente argumento: Vivir en democracia significa participar en las acciones en beneficio de la sociedad en la que vivimos.

El promotor pregunta: ¿Qué significa participar en acciones que beneficien a la comunidad?, y da la palabra a dos o tres miembros y a partir de las participaciones estructura una conclusión, que enuncie: a) los beneficios que representa la participación en actividades para la comunidad y b) la satisfacción por contribuir al bien común, así como los sentimientos que genera.

El promotor les dice: Vamos a identificar algunas características de este grupo, así que les voy a entregar un instrumento que nos permitirá reconocer algunos aspectos respecto de la participación:

<b>A continuación se presentan una serie de afirmaciones, le pedimos marque con una "X" aquellas con las que esté de acuerdo.</b>	
Me identifico con el grupo	
Comparto los intereses del grupo	
Mis ideas se tienen en cuenta en el grupo	
Asumo las decisiones que se toman en el grupo	
Colaboro con el grupo para lograr el propósito de la tarea	
Considero que el trabajo en el grupo puede redituar en beneficio para mí y la comunidad	

Luego orienta al grupo para que se analice la información; pidiéndoles que se organicen para concentrar en una tabla como la siguiente los resultados:

<b>Indicador</b>	<b>Frecuencia</b>
Me identifico con el grupo	
Comparto los intereses del grupo	
Mis ideas se tienen en cuenta en el grupo	
Asumo las decisiones que se toman en el grupo	
Colaboro con el grupo para lograr el propósito de la tarea	
Considero que el trabajo en el grupo puede redituar en beneficio para mí y la comunidad	

Al terminar de integrar la tabla con el número de respuestas, el análisis se hará en términos de la proporción de participantes que respondieron de forma afirmativa a cada indicador (por ejemplo: 3 de 5 participantes se identifica con el grupo). Luego el promotor les sugiere que entre todos se elabore una explicación de los resultados; para el análisis el promotor sugiere preguntarse: ¿Por qué no todos nos identificamos con el grupo?, ¿cuáles podrían ser los intereses de los miembros que no se han tenido en cuenta por el grupo?, ¿cómo lograr que entre todos se tomen las decisiones?, ¿qué se requiere seguir trabajando en el grupo para que todos se sientan parte de él? y ¿cómo lograr el compromiso de todos los miembros para colaborar en las acciones del grupo? Se requiere dar un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos para realizar el análisis. El promotor sugiere al grupo que elijan a alguien para registrar las conclusiones del análisis y que al terminar la actividad lea a los demás lo que ha registrado.

Luego el promotor pregunta al grupo: ¿Este grupo podría organizarse para realizar acciones en beneficio de la comunidad?, ¿cómo podría este grupo aprovechar lo que ha aprendido durante las sesiones de educación para el consumo? y ¿qué necesidades tienen los consumidores de su comunidad? Enseguida da la palabra a los participantes que

quieran opinar y va anotando las ideas que le puedan ayudar a resaltar las características favorables al trabajo organizado en el grupo, con el fin de hacerles notar sus posibilidades para conformarse como una Organización de la Sociedad Civil y alude a su capacidad de organizarse con un propósito en común, tal como lo hicieron para realizar el análisis de los resultados de la aplicación del instrumento.

Posteriormente, a partir de las respuestas a las preguntas anteriores el promotor los orienta para: a) precisar el propósito en común del grupo a partir de la necesidad de los consumidores de la comunidad que detectaron; b) perfilar alguna(s) acciones para aprovechar lo aprendido durante las sesiones de educación para el consumo; y c) motivarlos a reconocer su capacidad de organización para realizar acciones en beneficio de su comunidad.

Luego el promotor les muestra (la cual deberá pegar al frente del grupo) la siguiente nota:

*Uno de los principales diarios del 10 de septiembre de 2013, señala en su encabezado que las Asociaciones Civiles están por ganar la batalla para que los refrescos tengan un impuesto que haga que las personas dejen de consumirlo. Lo anterior obedece a que en México se consume más refresco que en otros países, como Estados Unidos, lo cual se relaciona con el alto índice de adultos y niños con sobrepeso, siendo éste uno de los principales problemas de salud actual.<sup>13</sup>*

Luego el promotor les pregunta: ¿Por qué son importantes las Asociaciones Civiles?, ¿este grupo podría conformar una Asociación Civil para proteger los derechos de los consumidores de su comunidad?, ¿qué acciones podría emprender? Da la palabra a los miembros del grupo que quieran comentar y va tomando sus anotaciones para elaborar una conclusión que señale la importancia de que la sociedad civil se organice para realizar acciones en beneficio de los consumidores.



#### Preguntas de reflexión:

1. ¿Qué es la participación ciudadana?
2. ¿Cómo promover la participación ciudadana?
3. ¿Cómo pueden los ciudadanos participar de las decisiones de gobierno de una comunidad, municipio o país?
4. ¿Por qué es importante que los ciudadanos reconozcan que tienen intereses en común y pueden trabajar por ellos?

<sup>13</sup> El Universal, 10 de Septiembre de 2013. Consultado en <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2013/grupos-civiles-piden-aumentar-impuestos-a-refrescos-945798.html>

**5.** ¿Cómo puede la asociación de los ciudadanos lograr resultados en beneficio de la comunidad?

**6.** ¿Qué significa orientar al grupo de consumidores a reconocer su capacidad de organización?



**Cierre:**

El promotor pedirá al grupo que elabore una “carta de motivos” para participar en un grupo que realice acciones en beneficio de la sociedad civil, les pedirá que la elaboren de manera individual y que señalen razones personales, vislumbrando los beneficios que podría tener para su comunidad.

**Notas a considerar para desarrollar la actividad**

- Para la parte del cierre, antes de mostrar los resultados de la organización de la sociedad civil el promotor puede preguntar al grupo si alguien conoce alguna organización de la sociedad civil, y pedirle que comente lo que sabe de ella y de sus resultados.
- Pueden prepararse más notas sobre los resultados de las acciones de la sociedad civil, y colocarlos en el lugar donde se realizará la reunión, o bien, proyectar algún video o reportaje al respecto.
- Se puede invitar a algún representante de una Organización Civil a exponer su experiencia respecto de ser parte de ella, su historia, principales acciones y resultados.

## TEMA 2

---

### MOVIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

<http://www.shutterstock.com/gallery-576247p.html?cr=oo&pl=edit-oo> < a href= "http://www.shutterstock.com/?cr=oo&pl=edit-oo">Shutterstock.com</a>



## TEMA 2

---

# MOVIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES Y ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

### Objetivo general:

Analizar las principales características del Movimiento de Consumidores, con la finalidad de que conozcan las ventajas que tiene para establecer una defensa efectiva de los derechos de los consumidores.

### Objetivos particulares:

- 1.** Conocer qué es el Movimiento de Consumidores para propiciar que el grupo se organice para la defensa de sus derechos desde una perspectiva colectivista.
- 2.** Identificar a ciudadanos que tengan la intención de conformar una Asociación de Consumidores (AC) y con ello formar parte del Movimiento de Consumidores.
- 3.** Orientar a los beneficiarios para formar parte de una Asociación de Consumidores (AC) a partir de identificar y plantear soluciones conjuntas a las problemáticas de consumo de su comunidad.

## INTRODUCCIÓN:

---

En la segunda mitad del siglo XX, se impulsó la participación social de los ciudadanos en temas de interés común, por ello a partir de esos años, los consumidores tomaron conciencia de su vulnerabilidad ante los abusos de proveedores, y se empezaron a organizar en grupos formalmente constituidos para defender sus derechos.

Así, en el marco del desarrollo de los derechos económicos, sociales y culturales, se formularon los primeros derechos de los consumidores. Desde entonces las recomendaciones internacionales sobre los derechos y la presión ejercida por organizaciones de la sociedad civil, dieron origen a políticas públicas en materia de consumo en nuestro país, lo cual muestra la importancia de la organización de los ciudadanos para la transformación social.

## DESARROLLO:

Según Dionisio Sánchez Fernández de Gatta <sup>14</sup>, los derechos de los consumidores tienen como antecedente inmediato y catalizador el mensaje de John F. Kennedy, presidente de Estados Unidos, al Congreso de la Unión el 15 de marzo de 1962. En dicho mensaje, Kennedy expuso que: “Por definición, todos somos consumidores. Éste es el grupo económico más grande que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas. Sin embargo constituyen a la vez el único grupo importante cuyas opiniones a menudo no son escuchadas”.<sup>15</sup>

El mensaje de Kennedy encajó bien con el resto del contexto social del momento. Por un lado, el mercado cada vez se volvía más dinámico y la oferta de los productos no cesaba. Por otro, los salarios habían aumentado en Europa y en Estados Unidos, lo que incrementaba el poder de compra de cada consumidor. Por ello, los consumidores se encontraban en el centro del debate. Esta situación particular permitió que las quejas sobre la seguridad y la calidad de los productos y servicios adquirieran una resonancia especial.

### La organización de consumidores y los primeros documentos rectores sobre el tema

Como consecuencia de lo anterior, en todo el mundo se crearon grupos de consumidores para hacer frente a las relaciones desiguales. Con el tiempo las organizaciones se profesionalizaron; sus tareas principales eran el análisis de los productos ofertados, la asesoría a los consumidores y la denuncia de presión y abusos ante autoridades.

Las políticas sobre el consumo surgieron, entonces, en la década de los sesentas y setentas. El mismo concepto de derecho del consumo fue acuñado por aquellas fechas. A la par de la creación de asociaciones y organizaciones de consumidores se crearon instancias públicas y privadas, con el objetivo de proteger los intereses colectivos de carácter económico-social.

Éste es el caso de la primera conferencia internacional de dirigentes de organizaciones de consumidores, misma que se celebró en La Haya, Países Bajos, en marzo de 1960. Al finalizar la reunión, cinco de las 17 organizaciones presentes firmaron los documentos necesarios para crear la Organización Internacional de Uniones de Consumidores que después

14 Moisset de Espanés, L. y G. P. Tinti (1994). “Consideraciones sobre el consumo y el derecho del consumidor”. Anuario de Derecho Civil, núm. 2. Córdoba, Argentina. Disponible en: [http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=oCD-8QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.acaderc.org.ar%2Fdoctrina%2Farticulos%2Faartconsideacionesobresobreconsumoyderechoconsumidor%2Fat\\_download%2Ffile&ei=jrVkuUOCwFO75igKtkYGw-BQ&usg=AFQjCNEC-V2kX2umUmn3NfeDDvtI872wHQ&sig2=Fyvl1-wEh74f1eIM4tubhw&cad=rja](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=oCD-8QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.acaderc.org.ar%2Fdoctrina%2Farticulos%2Faartconsideacionesobresobreconsumoyderechoconsumidor%2Fat_download%2Ffile&ei=jrVkuUOCwFO75igKtkYGw-BQ&usg=AFQjCNEC-V2kX2umUmn3NfeDDvtI872wHQ&sig2=Fyvl1-wEh74f1eIM4tubhw&cad=rja), recuperado el 27-09-2012, 1994, p. 1.

15 Traducción libre: “Consumers, by definition, include us all. They are the largest economic group in the economy, affecting and affected by almost every public and private economic decision”.

se convertiría en Consumers International (CI)<sup>16</sup>, federación mundial de organizaciones de consumidores que trabaja en conjunto con sus asociados y actúa como una de las pocas voces globales, autorizadas e independientes de los consumidores hasta nuestros días.

En la década de los ochenta también se registraron importantes avances en materia de derechos del consumidor. El 15 de marzo de 1983 se celebró por primera ocasión el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. En 1985, gracias a la lucha de distintas organizaciones dedicadas a la protección y defensa de los consumidores, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) aprobó las Directrices para la Protección de los Consumidores<sup>17</sup> en el ámbito internacional. Las Directrices fueron adoptadas por la ONU otorgándole una importante legitimidad a los principios de los derechos del consumidor y sirviendo asimismo como guía para el desarrollo de legislaciones nacionales de protección al consumidor.

### **El movimiento de los consumidores en México**

Una vez vistos los antecedentes históricos y los documentos internacionales sobre el tema, es momento de trazar la historia de los consumidores organizados en México.

En 1983, poco antes de las Directrices para la Protección de los Consumidores de la ONU, se reformó el artículo 28 de la Constitución y se incluyó la siguiente frase: “la ley

---

16 ¿Quiénes somos? Consumers International, en <http://es.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights#UhpXldLcmMo>

17 Directrices de la ONU en materia de protección a los consumidores, visto el 20 de agosto de 2013, en: <http://es.consumersinternational.org/who-we-are/un-guidelines-on-consumer-protection#Uhp2LNLcmMo>



protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses”. Quizá la particularidad que marca la Carta Magna de propiciar la organización de los consumidores fue el primer paso jurídico donde se reconoce el derecho de los consumidores a asociarse y se alienta el ejercicio de dicho derecho.

Previo a esta reforma, en México la primera asociación de consumidores se constituyó en 1970 y se llamó Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor (AMEDEC).

Décadas después, en 2005, la Procuraduría Federal del Consumidor define a las asociaciones de consumidores como organizaciones de la sociedad civil que se unen con el fin de resolver problemas de consumo, dispuestos a dialogar con el Estado mexicano para participar en la toma de las decisiones que los afectan o podrían afectarlos como consumidores.

### **Qué son las asociaciones de consumidores**

Son personas morales jurídicamente reconocidas por el Estado mexicano; generalmente, asociaciones civiles. Su objeto social incluye la promoción, protección y defensa de los derechos del consumidor. Sus fines son preponderantemente sociales, más que económicos. Poseen una estructura que responde a su naturaleza legal.

En México no existen normas específicas definitivas respecto a la constitución de las asociaciones de consumidores. Sin embargo, Profeco reconoce a éstas como a aquellos grupos de ciudadanos constituidos en asociaciones civiles (A.C.) cuyo objeto social esté vinculado al fenómeno de consumo.

### **Las asociaciones de consumidores son importantes porque:**

- Aumentan su protagonismo social y lo reconocen como un canal para representar las inquietudes de los consumidores frente a las empresas y proveedores.
- Aportan cambios significativos en el mercado, debido a que representan el interés colectivo y, en ocasiones, difuso de los consumidores: además materializan y sistematizan las demandas ciudadanas auxiliando al Estado en su tarea de velar por el bienestar de los consumidores.

### **Hay por lo menos siete acciones que despliegan las asociaciones de consumidores:**

- Defienden los derechos de los consumidores.
- Promueven y difunden la cultura de consumo inteligente.
- Eliminan prácticas asimétricas entre proveedores y consumidores.
- Fomentan la seguridad y la calidad en el consumo de productos y servicios.
- Identifican situaciones nocivas para la salud, el medio ambiente y la economía de las familias.
- Investigan y están en contacto con trabajos de otras organizaciones.
- Difunden y emiten comunicados en materia de educación para el consumo.
- Las asociaciones de consumidores construyen un plan de trabajo vinculado al con-

sumo, en torno al cual organizan sus actividades: estudian, investigan, proponen nuevas prácticas, previenen los efectos indeseables de algún fenómeno de consumo o promueven la permanente actualidad de las normas que influyen en los aspectos económicos, culturales o sanitarios del consumo.

- También adoptan estrategias y líneas de acción para unir sus esfuerzos con los de otras agrupaciones y construir en el país un movimiento de consumidores sólido y estable.

### Palabras clave

- Relaciones de consumo: Se establecen normalmente con base en los contratos verbales o escritos que celebran los consumidores con los proveedores; compraventa al contado, a plazos o crédito, suministro, prestación de servicios, etcétera.
- Sociedad de consumidores: Término utilizado para distinguir a la sociedad consumista actual de la sociedad de producción del pasado.

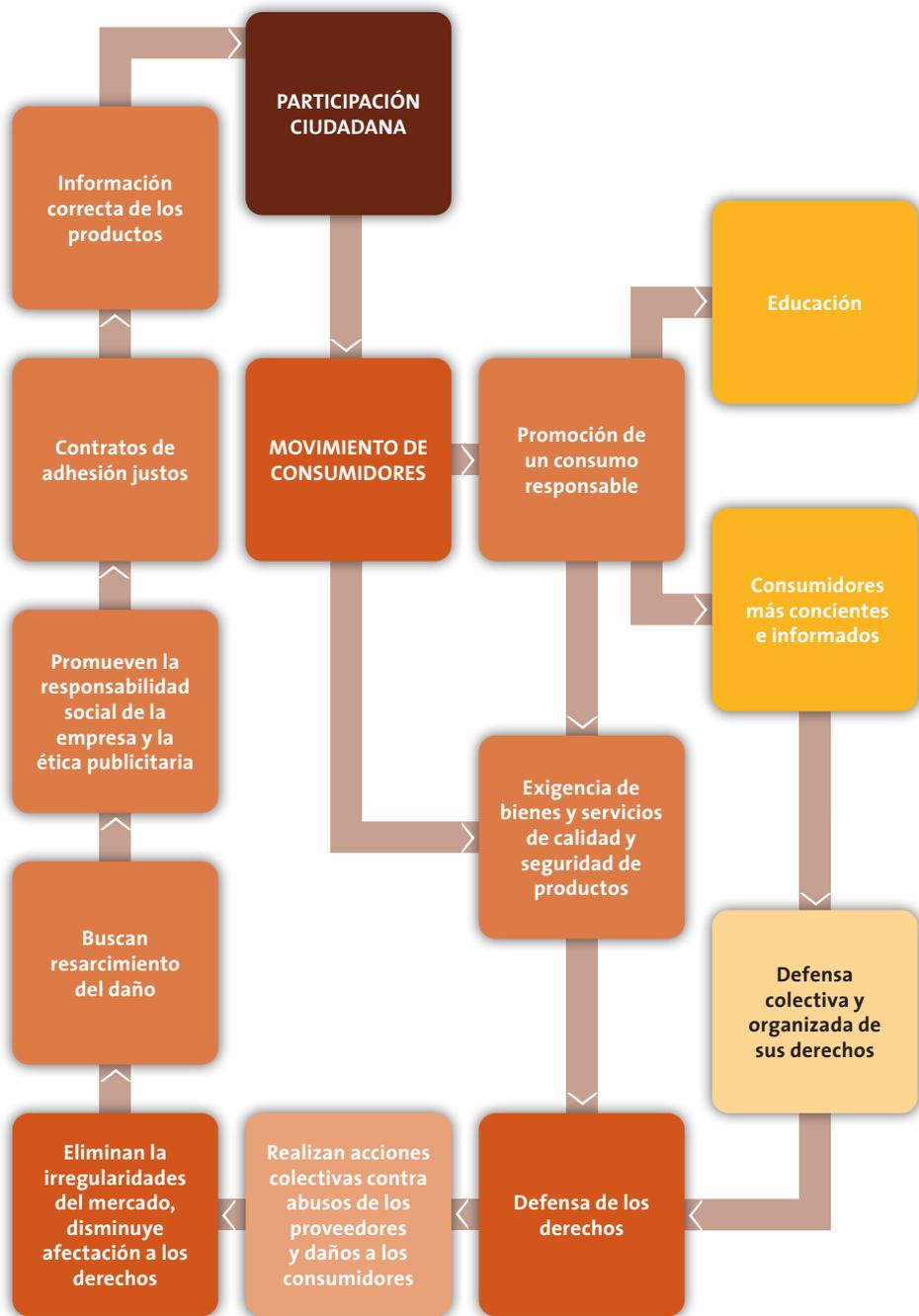
## NOVEDADES:

- En el año 2011 se emitió la “Alianza de Busán” (convocada por la OCDE y el gobierno de Corea del Sur) en la que participó México junto con otros países. En su párrafo 22, la Alianza reconoce que las OSC cumplen una función vital posibilitando que la población reclame sus derechos, promoviendo el enfoque de derechos, ayudando a configurar políticas y alianzas para el desarrollo y fiscalizando su puesta en práctica. También proporcionan servicios en ámbitos complementarios a los estatales.
- En 2004 se aprobó la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil, que establece que las actividades de las OSC son objeto de fomento por parte del Gobierno Federal Mexicano.

## MATERIAL AUDIOVISUAL:

- Andalucía.es Asociaciones de Consumidores. Emisión 21/10/2013 en <http://www.youtube.com/watch?v=6fkndolhwio> (Duración 6:50) Entrevistas a personas involucradas en este movimiento de consumidores ([www.facua.org](http://www.facua.org); [www.uniondeconsumidores.com](http://www.uniondeconsumidores.com); [www.fed-andalus.es](http://www.fed-andalus.es)), que resalta la importancia del asesoramiento no sólo en caso de problemas sino para la formación, con el fin de brindar instrumento a la ciudadanía con el fin de conozca sus derechos.

**Mapa Conceptual**



## ACTIVIDADES



**Título:** Soluciones de las Asociaciones de Consumidores

**Perfil:** Adultos

**Tiempo:** 60 minutos



**Propósito del aprendizaje:**

Orientar a los beneficiarios para formar parte de una Asociación de Consumidores (AC) a partir de identificar y plantear soluciones conjuntas a las problemáticas de consumo de su comunidad.



**Materiales:**

Rotafolio con la estructura del Plan de Trabajo, hojas de rotafolio, plumones.



**Desarrollo:**

El promotor da la bienvenida al grupo y les dice: Les voy a comentar el resultado de una investigación:

El científico francés Didier Raoult descubrió que las bebidas que contienen probióticos se asocian a la obesidad, ya que al probar esta sustancia en la alimentación de cerdos, descubrió que éstos engordan diez por ciento con una dosis similar a la incorporada en algunas marcas comerciales de yogur.<sup>18</sup>

Luego el promotor pregunta: ¿Ustedes sabían esta información?, ¿quién consume yogur con frecuencia?, ¿las marcas que consumen contienen probióticos?, ¿ustedes pensaban que tomando yogur en lugar de otros alimentos podrían cuidar su peso?, y da la palabra a uno o dos miembros del grupo.

Para continuar el promotor dice: Bien, pues esa información propició que los estudiantes de una universidad comenzarán a organizarse para identificar las marcas de yogur que contienen probióticos; luego, considerando que la mayoría de los estudiantes consume ese producto por su fácil transportación y por ser “un producto saludable” decidieron elaborar una campaña para informar a toda la comunidad universitaria con el propósito de que cada estudiante tome la mejor decisión respecto del consumo de este alimento.

Luego el promotor pregunta al grupo: ¿Qué beneficio tendrá para la comunidad estudiantil

18 Dinero en Imagen 10 de Septiembre de 2013, por Alicia Salgado, consultado en: <http://www.dineroenimagen.com/2013-06-13/21594>

saber la información respecto de los probióticos?, y da la palabra a dos o tres miembros del grupo para que opinen al respecto, al final hace énfasis en las consecuencias que tiene para la salud de los estudiantes consumir productos sanos, que al mismo tiempo que cuidan su talla y peso.

El promotor dice: Después, algunos profesores que se enteraron de la campaña de información que emprendió ese grupo de estudiantes, decidió orientar al grupo y entre todos decidieron que podían investigar más información respecto de los productos alimenticios que suelen consumir los alumnos, e identificar su valor nutricional e informarles sobre ello. Luego se integró un grupo de estudiantes de mercadotecnia quienes sugirieron advertir también respecto de la publicidad engañosa de algunos de esos productos, y finalmente decidieron conformar una Asociación Civil de Consumidores dirigida a orientar al consumo saludable a la comunidad universitaria, y al paso de algunos meses se contactaron con otras universidades para invitarlos a constituir su propia Asociación Civil de Consumidores, y ahora son parte de una Red de Asociaciones por todo el país.

El promotor pregunta al grupo: ¿Cuál es la necesidad que tiene su comunidad respecto de orientación para el consumo?, ¿cómo podrían orientar sobre consumo en su comunidad? Luego da la palabra a algunos participantes, los cuales se espera propongan algunas ideas; el promotor toma nota en su bitácora.

Luego, el promotor pregunta al grupo: ¿cómo iniciaron los jóvenes de la universidad a involucrarse en el tema del consumo?, y dará la palabra a uno de los miembros del grupo, a partir de ello señalará que los resultados de la investigación respecto del contenido de un alimento fue importante para identificar que existía un problema con su consumo. Por ello señala que la principal fuente de información de una Asociación Civil de Consumidores es el resultado de investigaciones realizadas por expertos en el tema.

El promotor pregunta ¿cuál fue la principal acción que emprendió el grupo?, da la palabra a un integrante, luego señala que la difusión de la información que resultó de su investigación permitió no sólo proporcionar elementos a la comunidad para elegir qué productos consumir, sino que con ella motivo a los profesores a unirse al grupo, y luego a los miembros de otras universidades.

Posteriormente el promotor les dice: Además de la difusión respecto del valor nutricional de los alimentos que más consumen los estudiantes, y respecto de la información engañosa en la publicidad de dichos productos, ¿qué otras acciones podrían hacer para promover el consumo saludable?, y da la palabra a los miembros del grupo (todos los que quieran participar), y va anotando sus ideas.

El promotor pide al grupo que a partir de dichas ideas proyecten un plan de trabajo que podrían sugerir, para ello les sugiere desarrollar los siguientes aspectos:

Plan de Trabajo	
Propósito:	
Consumidores (a quién va dirigido):	
Actividad:	
Temporalidad (periodo en el que se realizará):	
Meta:	

Luego el promotor pregunta: ¿Cómo evaluaríamos el trabajo de la Asociación de Consumidores Universitarios?, y ¿cómo evaluar si las acciones que realizaron tuvieron resultados?, y concede la palabra a tres o cuatro miembros del grupo y a partir de ellas elabora una conclusión, que señale la importancia de: a) registrar lo que el grupo va haciendo, actividades, responsables, tiempos, compromisos y acuerdos; b) establecer metas a lograr; c) Identificar referentes (indicadores) para valorar el logro de las metas; y d) distinguir entre valorar el proceso de trabajo y los resultados.

El promotor les sugiere elaborar un Plan de Trabajo para orientar a su comunidad en temas de consumo, a partir de la necesidad detectada en la sesión anterior en la actividad: Nosotros, ¿una Organización de la Sociedad Civil?, desarrollando los aspectos señalados. Luego les da un tiempo de 30 a 40 minutos para que lo realicen o les pide que se reúnan posteriormente para realizarlo y en una siguiente sesión se lo comenten. Cuando el promotor conozca el Plan de Trabajo del grupo realizará una retroalimentación señalando, si:

- a)** El propósito es claro y alcanzable
- b)** Las actividades descritas son congruentes con el propósito y se encuentran descritas con claridad.
- c)** Los recursos contemplados son adecuados, suficientes y si están a la mano.
- d)** Las metas son posibles
- e)** La forma de evaluación es factible y realmente permitirá identificar el logro de las metas.

En función de los aspectos anteriores el promotor hará sugerencias al grupo para mejorar su Plan de Trabajo.



#### Preguntas de reflexión:

- 1.** ¿Cuáles podrían ser las razones para organizarse y defender los derechos de una comunidad?
- 2.** ¿Por qué conformar Asociaciones Civiles de Consumidores?
- 3.** ¿Por qué la investigación es fundamental para el análisis de temas de consumo?

4. ¿Cómo elaborar un plan de trabajo de una Asociación de Consumidores?
5. ¿Por qué es importante que la Asociación de Consumidores establezca metas de trabajo?
6. ¿Cuál es la importancia que la Asociación de Consumidores registre todo lo que realiza, desde su conformación hasta los resultados?
7. ¿Cómo evaluar los resultados de las acciones de la Asociación de Consumidores?



**Cierre:**

El promotor sugiere identificar que preguntas podrían permitir identificar el logro de las metas planteadas, ya sea porque guían el análisis de los resultados de las acciones, o porque a partir de ellas pueden elaborar un instrumento para aplicar a los consumidores que atendieron. Por ejemplo en el caso expuesto en la sesión se podría evaluar los hábitos de consumo saludable de los estudiantes, antes y después de la información con un instrumento como el siguiente:

<b>Instrucciones: Un grupo de estudiantes de esta universidad estamos tratando de identificar algunos aspectos relacionados con el consumo de los productos alimenticios, para ello te pedimos marques con una "X" la afirmación que represente lo que haces ante las situaciones descritas a continuación.</b>	
Antes de decidir qué desayuno valoro los nutrientes y calorías de los productos a consumir	
Si compro una colación para comer antes de la comida, procuro que sean productos naturales, por ejemplo fruta, verdura, semillas.	
Cuando compro algún alimento que se me antoje procuro leer las etiquetas e identificar sus ingredientes.	
Cuando veo un anuncio de mis alimentos favoritos me pregunto si lo que señala será verdad, e investigo si es real la información	

Considerar que el instrumento es sólo un ejemplo, adecuado para identificar hábitos de consumo saludable.

**Notas a considerar para desarrollar la actividad**

- Será importante que el promotor identifique que la actividad requiere de orientar a cada grupo de forma particular de acuerdo con las necesidades que cada uno detecte y decida atender, así como en la elaboración del Plan de Trabajo que decida realizar, proponiendo ideas para valorar los alcances y propiciando la reflexión sobre las acciones, organización y forma de participación de los integrantes.

## TEMA 3

---

### PASOS PARA CREAR UNA OSC DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR



## TEMA 3

---

### PASOS PARA CREAR UNA OSC DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

#### Objetivo general:

Dar a conocer los pasos a seguir para formar una Organización de la Sociedad Civil en materia de protección al consumidor y fomentar una sociedad participativa, crítica y responsable de su propio desarrollo, en beneficio de su comunidad.

#### Objetivos particulares:

- 1.** Difundir información sobre los beneficios del asociacionismo.
- 2.** Identificar a ciudadanos que tengan la intención de conformar una asociación de consumidores y orientarlos en su proceso organizativo.
- 3.** Acompañar a los grupos organizados de consumidores que quieran adoptar personalidad jurídica e inscribirse en el Registro Federal de Organizaciones de la Sociedad Civil para obtener la Clave Única de Inscripción (CLUNI) y poder acceder a financiamiento público.
- 4.** Coordinar acciones con las Asociaciones de Consumidores ya conformadas.

#### INTRODUCCIÓN:

---

Como ya se ha visto en los dos últimos módulos, la importancia de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y en específico las OSC que defienden los derechos de los consumidores son el conducto mediante el cual, la ciudadanía articula sus demandas de manera más organizada, propiciando que se elaboren políticas públicas escuchando la voz de los que serán beneficiarios de la misma.

## DESARROLLO:

Una de las características relevantes de la participación ciudadana es la importancia de contar con distintas formas de asociacionismo voluntario que gracias a éste, logran dar voz a los diferentes grupos de la población y contribuyen a detectar problemáticas comunes y participar en sus soluciones. Sin embargo, pocas veces se mencionan los aspectos prácticos que están detrás de la conformación de una asociación civil y que hacen que todo lo anterior sea posible.

Se requiere fortalecer el proceso de constitución de OSC, y reformar las leyes vigentes para darles a las OSC mayores facultades y participación en la toma de decisiones de gobierno, y que junto con las autoridades, articulen y desarrollen políticas públicas en pro del bien común. E impulsar la creación y el desarrollo de asociaciones civiles en México que está todavía muy lejos de representar la totalidad de los intereses de la sociedad actual.

Iniciar una asociación civil requiere no sólo del interés y esfuerzo de sus integrantes, sino del cumplimiento de ciertos requisitos que aseguren, desde el inicio, un arranque sólido que permita la posibilidad de operar en un entorno formal y lograr a futuro un impacto real en cualquiera de los ámbitos de acción hacia los cuales se desee orientar el trabajo.



## Dos palabras claves a tomar en cuenta previo a la formación de la OSC

*Gestionar*: 1. tr. Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.

*Asociación*: 2. f. Conjunto de los asociados para un mismo fin y, en su caso, persona jurídica por ellos formada.<sup>19</sup>

“Por lo tanto, la gestión asociativa implica realizar las diligencias necesarias para lograr conformar un conjunto de asociados con un mismo fin y, en su caso, una persona jurídica constituida por éstos.”<sup>20</sup>

Es así como el componente inicial de la gestión asociativa lo constituye la organización, que principalmente tiene tres características: a) La forma de articularse –modelo organizativo-, que quiere decir la definición de la estructura interna de la asociación, que generalmente se ilustra en un organigrama; b) la forma de implicar a su base social, es decir, la participación activa de sus integrantes y la definición de los roles que jugarán conforme a sus capacidades y habilidades; y c) la forma de relacionarse con el exterior y la comunicación interna entre sus integrantes para la consecución del fin o fines que se hayan trazado.

### ¿Qué hacen las asociaciones de consumidores?

Como ya se vio en el tema anterior, las asociaciones de consumidores son grupos de ciudadanos reconocidos jurídicamente por el Estado mexicano, ocupados en atender las problemáticas de los consumidores, defender sus derechos, promover hábitos de consumo sanos y elegir mejores bienes y servicios.

### ¿Qué necesitas para crear una asociación de consumidores?

*Paso 1 Piensa, define y haz lo siguiente:*

- 1.** Ponle nombre a tu organización –el nombre, denominación o razón social para fines legales, debe de ser corto o tener siglas y definir prácticamente la visión de la organización.
- 2.** Define su misión, es decir, su objeto social.
- 3.** Define si tu organización será donataria autorizada, es decir, si solicitará ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) autorización para recibir donativos deducibles de impuestos.

19 Definición del Diccionario de la Real Academia de Lengua Española, en: [www.rae.es](http://www.rae.es)

20 Solórzano Peña, María Amalia, “Asociaciones de consumidores, Manual de Gestión”, Profe-co, 2008, pp. 35

**4.** Elabora el acta constitutiva o estatutos<sup>21</sup>, este documento le da personalidad jurídica a la asociación y debe contener, como mínimo:

- Objeto social
- Nombre de los asociados
- Derechos y obligaciones de los integrantes
- Representante(s) legal(es)
- Reglamento interno (cómo se integran sus órganos de decisión, por ejemplo, asamblea de asociados, consejo o mesa directiva, patrimonio, entre otros aspectos).
- Domicilio legal
- Tiempo que permanecerá integrada la asociación

#### *Paso 2 Tramita la autorización para el uso de la denominación de tu organización*

Este paso se realiza ante la Secretaría de Economía del Gobierno Federal a través de la página de Internet: [www.tuempresa.gob.mx](http://www.tuempresa.gob.mx) donde el trámite es completamente electrónico. Este trámite también lo puede realizar un notario público.

#### *Paso 3 Protocoliza tus estatutos*

Acude con un notario público, quien protocolizará y certificará la escritura o acto de constitución de tu organización.

#### *Paso 4 Inscríbete en el Registro Público de la Propiedad*

Esta actividad permite que la sociedad en general tenga acceso al acta constitutiva de la organización, a fin de conocer el propósito y la forma en que se constituyó.

#### *Paso 5 Obtén el RFC de la organización*

Consigue tu cédula de inscripción al Registro Federal de Contribuyentes, acudiendo al Servicio de Administración Tributaria (SAT). El trámite de inscripción al RFC puede iniciarse electrónicamente a través del sitio de Internet [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/informacion\\_fiscal/tramites\\_fiscales/registro\\_t/101\\_11659.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informacion_fiscal/tramites_fiscales/registro_t/101_11659.html)

#### *Paso 6 Inscríbete en el Registro Federal de Organizaciones de la Sociedad Civil*

Una vez constituida legalmente tu organización ante un notario público, tramita en el Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol) la Clave Única de Inscripción (CLUNI), este trámite es requisito indispensable para que tu organización tenga acceso a los recursos, estímulos y apoyos económicos que te ofrece el gobierno federal, en síntesis, es la forma mediante la cual podrás obtener financiamiento público para tus proyectos. Es posible iniciar el trámite a través de Internet en la página [www.corresponsabilidad.gob.mx](http://www.corresponsabilidad.gob.mx)

---

<sup>21</sup> Para el caso de donatarias autorizadas se recomienda seguir la orientación que el SAT proporciona para la redacción del documento constitutivo de organizaciones civiles, visto el 6 de febrero de 2014: [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/servicios/donatarias/autorizadas/default.asp](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/servicios/donatarias/autorizadas/default.asp)

**Palabras clave**

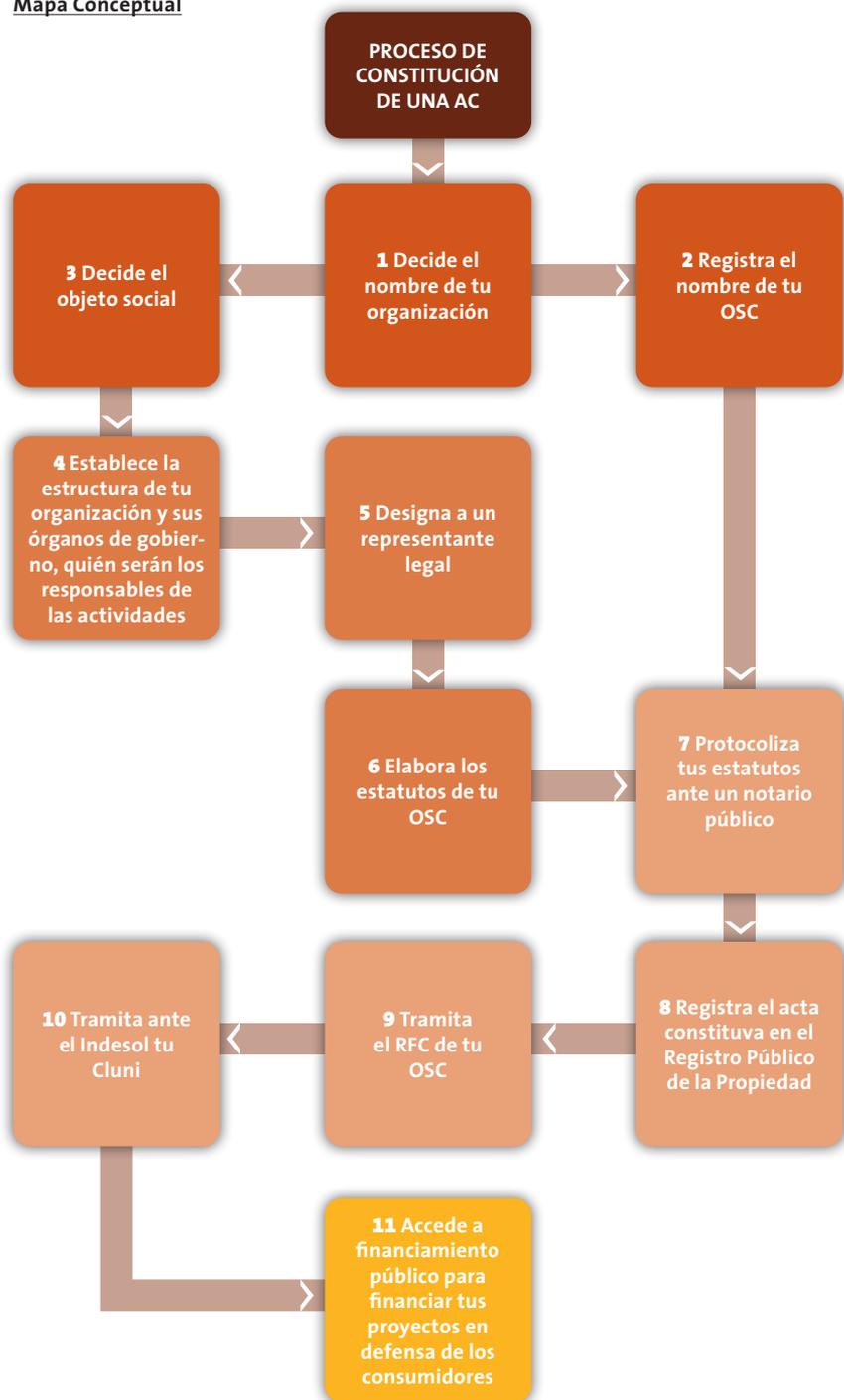
- **Indemnización por daños y perjuicios:** Prestación que el consumidor puede solicitar derivado del mal funcionamiento de un producto adquirido o de la mala prestación de un servicio contratado. Su determinación se hace con base en la cantidad decretada como bonificación.
- **Normatividad:** Conjunto de normas aplicables a una determinada materia o actividad.
- **Protección al consumidor:** Marco legal que promueve la seguridad y la educación del consumidor y que protege de los fraudes y del suministro de productos peligrosos o de mala calidad.

**NOVEDADES:**

---

- Sabías que... Con más de 240 organizaciones asociadas en 120 países, Consumers International (CI) está construyendo un poderoso movimiento internacional para ayudar a proteger y a fortalecer a los consumidores en todo el mundo.
- Sabías que... Consumers International (CI) es una federación mundial de organizaciones de consumidores que trabaja en conjunto con sus asociados y actúa como la única voz global autorizada e independiente de los consumidores.

### Mapa Conceptual



## ACTIVIDADES



**Título:** ¿Qué necesitan para crear una asociación de consumidores?

**Perfil:** Adultos

**Tiempo:** 60 minutos



**Propósito del aprendizaje:** Impulsar la conformación de una asociación de consumidores y orientarlos en su proceso organizativo.



**Materiales:** Hojas de rotafolio y plumones



**Desarrollo:**

El promotor dice a los miembros del grupo: Ahora que reconocen su capacidad de organización como grupo, y que reflexionaron sobre los beneficios de trabajar en torno a un propósito en común, es importante que conozcan el proceso para formalizar una Organización de la Sociedad Civil (OSC) de Consumidores, lo cual es importante puesto que a partir de esa formalización se pueden obtener recursos para impulsar las acciones que proyecten realizar. Sin embargo antes de estudiar el proceso para registrar una OSC de Consumidores lo más importante es que el grupo analice con detenimiento el compromiso que asumirá al hacerlo. Luego el promotor pregunta al grupo: ¿Cuáles son los compromisos que se adquieren al registrar una OSC de Consumidores?, y da la palabra a dos o tres miembros del grupo y va anotando lo que señalan, a partir de ello elabora una conclusión que apunte a señalar que la decisión implica:

**a)** participar activamente en las actividades del grupo; y

**b)** ser corresponsable de las decisiones, acciones y consecuencias junto con los demás miembros del grupo.

Luego el promotor señala que las acciones que una OSC de Consumidores adquiere, no solo es ante las autoridades, sino también ante los miembros de la sociedad, y les comenta: Pondré como ejemplo la asociación civil *El Poder del Consumidor*<sup>22</sup> en cuyo portal<sup>23</sup> se

22 <http://www.elpoderdelconsumidor.org/acercadenosotros/>

23 Si es posible el promotor podrá presentar el portal como ejemplo de los temas y acciones

reconocen como ciudadanos preocupados por la defensa de los derechos de los consumidores, y que trabaja para fomentar la conciencia de las responsabilidades de adquirir un servicio o un producto. A través de su portal establecen contacto con otros consumidores interesados en diversos temas, sin embargo, además del arduo trabajo que realizan, es importante advertir que la información y acciones que realizan les implica una gran responsabilidad, pues su proceder tiene consecuencias para los consumidores y los proveedores de productos y servicios. Luego el promotor pregunta: ¿Cuáles son las responsabilidades de constituirse como OSC de Consumidores?, y ¿cuáles alcanzan a identificar a partir de las actividades de investigación, difusión y denuncia que realiza una OSC de Consumidores? Luego da la palabra a dos o tres miembros del grupo y a partir de sus participaciones elabora una conclusión que señale que una OSC de Consumidores es responsable de: a) realizar investigación que le permita contar con evidencias de la violación o daño a los derechos de los consumidores, b) documentar la investigación que realice, c) cuidar la integridad de los miembros del grupo y de los consumidores por los que trabaja durante el proceso de investigación, d) respetar principios éticos y morales durante el proceso de investigación, e) planear el trabajo a realizar para la difusión y protección de los derechos de los consumidores, f) actuar siempre en apego de la legalidad y el Estado de Derecho, g) trabajar arduamente en favor de los derechos de los consumidores, y h) analizar críticamente las acciones del grupo y cada uno de los miembros su propia participación.

Posteriormente el promotor explica, el proceso de formalización de una OSC de Consumidores, precisando a que se refieren, y la importancia de los siguientes pasos:

- 1.** Nombrar la organización – el nombre, o razón social para fines legales, debe de ser corto o tener siglas y definir prácticamente la visión de la organización.
- 2.** Definir su misión, es decir, su objeto social -.
- 3.** Elaborar el acta constitutiva o estatutos, este documento le da personalidad jurídica a la asociación y debe contener:
  - Objeto social
  - Nombres de los asociados
  - Derechos y obligaciones de los integrantes
  - Representante(s) legal(es)
  - Reglamento interno
  - Domicilio legal
  - Tiempo que permanecerá integrada la asociación.



### Preguntas de reflexión:

- 1.** ¿Qué elementos debe considerar un grupo de consumidores para tomar la decisión de formalizarse como OSC?

**2.** ¿Por qué es importante identificar los compromisos y responsabilidades de constituirse formalmente como OSC de Consumidores?

**3.** ¿Por qué el promotor debe orientar sobre el proceso y no participar en la toma de decisiones del grupo?



**Cierre:**

El promotor orienta a los promotores a identificar el objeto social de la OSC de Consumidores que desean conformar, y a definir un proceso para decidir quién será su(s) representantes legal(es), su domicilio legal y visualizar el tiempo de permanencia de la OSC de Consumidores a constituir, así como a definir un proceso para elaborar su reglamento interno. Finalmente, es importante que sólo oriente el proceso grupal para realizar la toma de decisiones colectivas y que no participe en dichas decisiones, para respetar la autonomía y responsabilidad que debe tener el grupo respecto de sus procesos de trabajo.

**Notas a considerar para desarrollar la actividad**

**El promotor deberá:**

- Estudiar el proceso de formalización de una OSC de Consumidores
- Estudiar qué es un objeto social, los derechos y obligaciones de los integrantes, cómo se nombra un representante legal, cómo se elabora un reglamento interno, cómo definir un domicilio legal y el tiempo de permanencia a que se compromete una OSC de Consumidores.
- El énfasis de la parte inicial de la actividad debe señalar la importancia de valorar la posibilidad de cumplir compromisos y asumir las responsabilidades por los miembros de una OSC de Consumidores.







Educación para el Consumo

**PROFECO**  
PROCURADURÍA FEDERAL  
DEL CONSUMIDOR

