

57-15

00000164

DIPS

407

SE

SECRETARÍA DE ECONOMÍA



"2015, Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón."

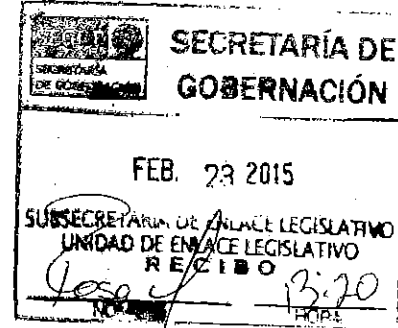
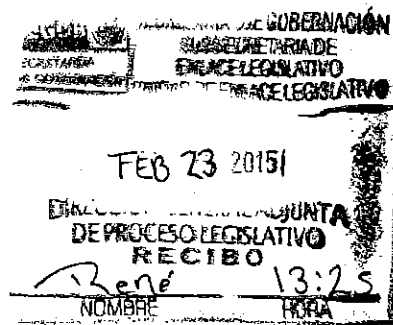
Oficina del C. Secretario
Dirección General de Vinculación Política

Oficio No.113.2015.DGVP.067

Asunto: Respuesta a Punto de Acuerdo

México D. F., a 19 de febrero de 2015

Unidad de Enlace Legislativo
Secretaría de Gobernación
Presente.



Me refiero al oficio SELAP/UEL/311/126/15 de fecha 22 de enero de 2015, a través del cual remite el Punto de Acuerdo aprobado por la Comisión Permanente, mismo que a continuación se transcribe:

"Único.- La Comisión Permanente exhorta respetuosamente a la Secretaría de Educación Pública y a la Procuraduría Federal del Consumidor a concertar con los particulares que presentan servicios educativos, los diversos conceptos de cobro para el ciclo escolar 2015-2016, atendiendo a la opinión de quienes ejercen la patria potestad o tutela, conforme lo establece la fracción V del artículo 65 de la Ley General de Educación, con el propósito de coadyuvar a reducir el impacto inflacionario."

Al respecto me permito hacer de su conocimiento que la Procuraduría Federal del Consumidor (en lo sucesivo "PROFECO") realiza las acciones necesarias para promover y proteger los derechos de las y los consumidores.

Respecto al dictamen de la Segunda Comisión de Trabajo de la Comisión Permanente con Punto de Acuerdo de mérito, es oportuno indicar que la PROFECO a través de la Dirección General de Verificación y Vigilancia de la Subprocuraduría de Verificación, cada año implementa, el "Programa Especial de Verificación y Vigilancia Regreso a Clases y Escuelas Particulares", mediante el cual se verifica que las y los proveedores de productos y servicios, ajusten su comportamiento comercial conforme a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor (en lo sucesivo "LFPC") y las Normas Oficiales Mexicanas, así como que los instrumentos de medición estén debidamente calibrados y ajustados.



En este sentido, se llevan a cabo acciones de verificación principalmente en establecimientos relacionados con el regreso a clases como son: papelerías, librerías, establecimientos con venta de uniformes, calzado escolar, telas, tiendas de autoservicios, departamentales y especializadas en equipo de cómputo, además de estacionamientos públicos.

Mediante dichas acciones, se verifica el comportamiento comercial de las y los proveedores, es decir, que se proporcione información clara sobre precios, formas de pago, términos y condiciones aplicables en promociones y ofertas así como la entrega de comprobantes de compra o servicio. Asimismo, en escuelas particulares de nivel preescolar, primaria y secundaria, así como preparatoria, se verifica que se exhiban las tarifas de los servicios educativos en montos totales a pagar, se informe de manera clara y veraz, sobre registros ante la Secretaría de Educación Pública (SEP), como lo es el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), no establezcan cláusula abusivas en los contratos que emplean para formalizar el servicio y que no se niegue o condicione la prestación del servicio educativo a la contratación obligatoria de servicios o compra de productos (útiles o uniformes) adicionales y en materia de normas se verifica que los artículos y uniformes escolares cumplan con las especificaciones de información comercial y seguridad establecidas por la normatividad aplicable.

Asimismo, se verifica que los uniformes están sujetos al cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-2006, Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 21 de junio de 2006, y su modificación el 23 de diciembre de 2011, la cual establece la información comercial, que los fabricantes y confeccionistas nacionales, así como los importadores, deben incorporar en los textiles, ropa de casa y en las prendas de vestir y sus accesorios.

Cabe señalar, que respecto a precios y tarifas, la PROFECO se encarga de vigilar que estos sean anunciados y respetados a los padres de familia o tutores, y que conforme al "ACUERDO que establece las bases mínimas de información para la comercialización de los servicios educativos que prestan los particulares", en los artículos 2, fracción III, incisos a), b), d), así como el artículo 5, fracciones I y II, se den a conocer a los padres de familia el costo total por los conceptos de: a) inscripción o reinscripción; b) colegiaturas, así como el número de éstas, y c) calendario de pagos, descuentos por pago anticipado y recargos por mora.



A continuación, se describen los resultados obtenidos, de las acciones de verificación y vigilancia realizadas a las y los proveedores en el marco del "Programa Especial de Verificación y Vigilancia Regreso a Clases y Escuelas Particulares", en el año 2014:

Se realizaron 1,020 visitas de verificación a establecimientos, de las cuales se desprenden los siguientes datos:

- 216 establecimientos sujetos a procedimiento de infracciones a la Ley.
- 49 establecimientos se negaron a ser verificados.
- 202 establecimientos han sido objeto de SUSPENSIÓN de la actividad comercial, por incumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- 2,344 productos fueron VERIFICADOS.
- 901 productos INMOVILIZADOS.

Por otra parte, la PROFECO a través de la Coordinación General de Educación y Divulgación, en el ámbito de sus atribuciones, ha realizado las siguientes acciones relacionadas con el Punto de acuerdo citado.

1. Revista del Consumidor. Con un tiraje de 40 y 50 mil ejemplares, en los números 432, 437 y 449 de la Revista del Consumidor, correspondientes a los meses de febrero y julio de 2013, y julio de 2014; respectivamente, se incluyeron los siguientes artículos:

Edición	Fecha	Página	Sección	Título
432	Febrero 2013	58-62	Radiografía	Elegir escuela: pon su futuro en buenas manos
		63	Tips del chef	Refrigerios sanos, para mentes y cuerpos sanos
		64-65	Infografía	Caminito de la escuela
		66-67	Consumo 2.0	Cyberbulling: ¿juego de niños?
		68-70	Seguridad de productos	Por una escuela segura, prevención y cuidado
437	Julio 2013	18-21	Finanzas personales	Becas, créditos y seguros educativos: tu plan B
		22-25	Consumo 2.0	Universidades en línea: información virtual, conocimiento real
		26-67	Qué hacer si...	Te obligan a pagar cuotas escolares



		28-29	Saber consumir	Escuelas que sí "hacen su papel"
		42-65	Estudio de calidad	Útiles escolares: ¿qué llevarás en tu mochila este año?
		66-69	Quién es quién en los precios	Útiles escolares
		72-73	Pequeños consumidores	¡Monstruosos útiles mutantes! Dale una segunda vida a lo que todavía sirve
449	Julio 2014	35-63	Estudio de Calidad	Útiles Escolares

2. Con lo mejor de la... Revista del Consumidor. Con un tiraje de 75 mil ejemplares, en dicho folletos de distribución gratuita, se publicó en los meses de febrero y julio de 2013, lo siguiente:

Fecha	Páginas	Sección	Título
Febrero 2013	4	Radiografía	Por una escuela segura, prevención y cuidado
Julio 2013	1-3	Estudio de calidad	Útiles escolares: ¿qué llevarás en tu mochila este año?
	5	Saber consumir	Escuelas que sí "hacen su papel"
	6	Qué hacer si...	Te obligan a pagar cuotas escolares

3. Radio y televisión. A través de la Revista del Consumidor Podcast, la Revista del Consumidor Radio y la Revista del Consumidor TV, Revista del Consumidor Webcast, se transmitieron los siguientes temas:

Radio

Programa	Tema	Transmisión
Revista del Consumidor Radio en ABC	Feria de regreso a clases	Martes 23 de julio 2013
Revista del Consumidor Radio Expres	Feria de regreso a clases	Del 22 al 28 de julio de 2013
Revista del Consumidor Radio Expres #9	Tus derechos como consumidor en escuelas particulares	Del 24 de febrero al 02 de marzo de 2014
Spot de radio Revista del Consumidor	Estudio de calidad de útiles escolares	Todo el mes de julio de 2014
Revista del Consumidor Radio Expres #30	Regreso a clases	Del 21 al 27 de julio de 2014



Revista del Consumidor Radio Expres #31	Seguros educativos	Del 28 de julio al 03 de agosto de 2014
Con lo mejor de la Revista del Consumidor #46	Refrigerios escolares	Del 17 al 23 de noviembre de 2014
Revista del Consumidor Radio Expres #49	Paquetes de graduación, uso y mantenimiento de impresoras y multifuncionales	Del 08 al 14 de diciembre de 2014
Con lo mejor de la Revista del Consumidor #49	Paquetes de graduación	Del 08 al 14 de diciembre de 2014.

Televisión

Programa	Tema	Transmisión
Revista del Consumidor TV 31	Consumidor Yo: Recomendaciones para comprar mochila	29 julio al 4 de agosto 2013
Revista del Consumidor TV 32	Reporte especial: Reutilización de útiles escolares	5 al 11 de agosto 2013
Revista del Consumidor TV 33	Estudio de Calidad: Útiles escolares	12 al 18 de agosto 2013
Revista del Consumidor TV 34	Reporte Especial: Escuelas particulares	19 al 25 de agosto 2013
Revista del Consumidor TV 37	Reporte Especial: Universidad en Línea	09 al 15 de septiembre 2013
Revista del Consumidor TV 33.1	Estudio de calidad de útiles escolares	11 al 17 de agosto de 2014
Revista del Consumidor TV 41.1	Estudio de calidad de laptops y computadoras de escritorio	06 al 12 de octubre de 2014
Revista del Consumidor TV 49	Estudio de calidad de computadoras	01 al 07 de diciembre de 2014
Cápsula informativa de educación para el consumo #4 transmitida vía "La Hora Nacional"	Consumo sustentable para el regreso a clases	01 al 30 de agosto de 2014

Podcast

Programa	Tema	Transmisión
Revista del Consumidor Podcast N° 127	Universidades en Línea	jueves 11 de julio 2013
Revista del Consumidor Podcast N° 128	Plan B: becas y seguros educativos	jueves 25 de julio 2013
Revista del Consumidor Podcast N° 129	Créditos educativos	jueves 08 de agosto de 2013

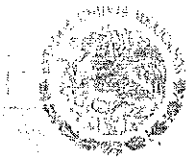


Webcast

Programa	Tema	Transmisión
Revista del Consumidor Webcast 286	Laptops, ultraportátiles y todo en uno	Jueves 28 de agosto de 2014
Revista del Consumidor Webcast 236	Ferías de regreso a clases	Martes 20 de agosto de 2013

4. Contenidos en línea. A través de la Revista del Consumidor en Línea, y el canal de Youtube de Profeco, se realizaron las siguientes publicaciones:

Publicación	Dirección electrónica
¿Qué hacer si...?: Le niegan el derecho a examen a tu hijo por no pagar la colegiatura (Revista del Consumidor TV #34.4) 28-octubre-2009	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=5266
¿Qué hacer si...?: Te obligan a comprar materiales y uniformes dentro de la escuela (Revista del Consumidor TV #21.4) 30-julio-2009	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=3781
No te espongas a una educación "patito" 04-agosto-2010	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=12345
Radio Exprés #32: Guía de consejos para que estés preparado en este regreso a clases 11-agosto-2010	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=12525
¿Preparados para el caminito de la escuela? (Revista del Consumidor Radio Exprés #31) 03-agosto-2011	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=19853
Lo que debes saber si inscribirás a tu hijo a una escuela particular 04-agosto-2011	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=19863
Uniformes escolares a la medida 16-agosto-2011	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=20059
Reporte Especial: Seguridad infantil en las escuelas (Revista del Consumidor TV 17.1) 30-abril-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=35096
Calendario ferias de regreso a clases 24-julio-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=35636
Ferías de regreso a clases (Revista del Consumidor Radio Exprés #30) 24-julio-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=35631
Universidades en línea, información virtual, conocimiento real	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=35654



(Revista del Consumidor Podcast #127) 25-julio-2013	
Plan B, becas y seguros educativos (Revista del Consumidor Podcast #128) 25-julio-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=35655
Cuotas escolares (Revista del Consumidor Webcast 233) 26-julio-2013	http://www.youtube.com/watch?v=duels8O_iTU http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=35745
Escuelas que sí hacen su papel (Revista del Consumidor Webcast 234) 01-agosto-2013	http://www.youtube.com/watch?v=Y8_03X-6YrA http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=36413
Becas, créditos y seguros educativos (Revista del Consumidor Webcast 235) 12-agosto-2013	http://www.youtube.com/watch?v=pCY5JAvq-Hg
Ferías de regreso a clases (Revista del Consumidor Webcast 236) 20-agosto-2013	http://www.youtube.com/watch?v=p9rf_ZGVVZs http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=36878
Reporte Especial: Ahorra en útiles escolares (Revista del Consumidor TV 32.1) 12-agosto-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=36955
Reporte Especial: Escuelas particulares (Revista del Consumidor TV 34.1) 27-agosto-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=37492
Universidades con o sin registro (Revista del Consumidor Webcast 245) 08-octubre-2013	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=39722
Tus derechos como consumidor en escuelas particulares (Revista del Consumidor Radio Expres #9) 26-febrero-2014	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=40793
Regreso a clases (Revista del Consumidor Radio Expres #30) 23-julio-2014	http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=42064

5. Brújula de compra. Boletín electrónico gratuito, que se difunde con la finalidad de ofrecer a los consumidores artículos sobre conceptos económicos de uso común, finanzas personales, comparativo de precios y descripción de distintos sectores, con el fin de orientar a los consumidores a tomar mejores decisiones de compra. En "Brújula de Compra" se han realizado los siguientes análisis relacionados el punto de acuerdo en cuestión:



Tema	Dirección electrónica
Cuánto cuesta el uniforme oficial para primaria y secundaria #259 (22 de julio de 2013)	http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2013/bol259_Costo_uniformes_prim_secun.asp
De regreso a clases. Gasto en útiles escolares #260 (2 de agosto de 2013)	http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2013/bol260_De_regreso_a_clases.asp
Uniformes escolares para nivel básico en escuelas públicas ¿Cuánto cuestan? #284 (23 de julio de 2014)	http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2014/bol284_uniformes_escolares.asp
Gasto en útiles escolares #285 (06 de agosto de 2014)	http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2014/bol285_gastos_uitiles.asp

6. Ferias de Regreso a Clases. Desde 2004 desarrolla anualmente las Ferias de Regreso a Clases en las delegaciones de la PROFECO, las cuales se realizan sin fines de lucro, con el único propósito de ayudar a los padres de familia a ahorrar en la compra de útiles escolares y, en general, a realizar un consumo responsable ante el nuevo ciclo escolar.

Asimismo, esta Institución elaboró en el año 2014, la Guía para el Regreso a Clases 2014, con 60 mil ejemplares impresos y distribuidos en las mencionadas ferias, en la cual se enumeran los siete derechos básicos del consumidor, así como los que se pueden ejercer en las escuelas particulares, y se incluyen recomendaciones para un consumo responsable. En las siguientes ligas se podrá encontrar la Guía a que se ha hecho referencia:

En el sitio oficial de PROFECO:

<http://www.profeco.gob.mx/GUIA%20REGRESO%20CLASES%204.pdf>

En el Portal para Promotoras/res en materia de consumo de la PROFECO:

http://promotores.profeco.gob.mx/wp-content/uploads/1o%20nuevo/Guia_de_regreso_a_clases_2014.pdf

En el Portal del Consumidor:

<http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/?p=17308>



Cabe mencionar, que dicha publicación también se difundió en 2013, con un tiraje de 3 mil ejemplares y en los medios electrónicos de la institución: sitio oficial www.profeco.gob.mx; Portal para Promotoras/es de educación en materia de consumo de PROFECO.

En el portal para Promotoras/res en materia de consumo de la PROFECO:

http://promotores.profeco.gob.mx/wp-content/uploads/2014/02/guia_regreso_clases.pdf

Por otra parte, de acuerdo a la información que tiene la Dirección General de Quejas y Conciliación de la Subprocuraduría de Servicios, en cuanto al COMPORTAMIENTO COMERCIAL de los proveedores en materia de servicios educativos que prestan los particulares, se proporciona la siguiente información correspondiente al periodo comprendido del 01 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2014, y que los giros considerados para la generación de la información son los siguientes:

- Escuela de educación primaria privada
- Escuela de educación media superior privado
- Escuela de educación media técnica terminal privado
- Escuela de educación secundaria técnica privado
- Escuela de educación secundaria general privado

ESCUELA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR PRIVADO

	2013*	2014**	Total 2013-2014
QUEJAS INGRESADAS	274	342	616
CONCILIADAS	122	123	245
% CONCILIACIÓN %	85%	83%	84%
NO CONCILIADAS	22	26	48
DESISTIMIENTO	31	34	65
QUEJA IMPROCEDENTE	0	0	0
EN TRÁMITE	99	159	258
CANCELADA	0	0	0



*Estados procesales al cierre de 2013.

**Cifras al cierre del mes de diciembre de 2014

/a: Para el cálculo se consideran los estados procesales "Conciliada" y "No conciliada"

No.	Principales motivos de reclamación 2014	% respecto al total
1	Negativa a la entrega del producto o servicio	44%
2	Negativa a cambio o devolución	14%
3	Negativa a la devolución de depósito	11%

No.	Principales proveedores con quejas en 2014	% respecto al total
1	UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO, SC	12%
2	RIO GRANDE COLLEGE	3%
3	CETEC OBREGÓN, SC	3%

ESCUELA DE EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA TERMINAL PRIVADO

	2013*	2014**	Total 2013-2014
QUEJAS INGRESADAS	13	41	54
CONCILIADAS	6	12	18
% CONCILIACION /a	86%	80%	82%
NO CONCILIADAS	1	3	4
DESISTIMIENTO	3	5	8
QUEJA IMPROCEDENTE	0	3	3
EN TRÁMITE	3	18	21
CANCELADA	0	0	0

*Estados procesales al cierre de 2013

**Cifras al cierre del mes de diciembre de 2014

/a: Para el cálculo se consideran los estados procesales "Conciliada" y "No conciliada"



No.	Principales motivos de reclamación 2014	% respecto al total
1	Negativa a la entrega del producto o servicio	37%
2	Prácticas coercitivas o desleales de venta	15%
3	Descripción del producto o servicio	12%

No.	Principales proveedores con quejas en 2014	% respecto al total
1	GASTRONOMÍA SAN COSME, SC	20%
2	CENTRO DE ESTUDIOS PROFESIONALES DE XALAPA	17%
3	INSTITUTO DE CIENCIAS Y ESPECIALIDADES	10%

ESCUELA DE EDUCACIÓN PRIMARIA PRIVADA

	2013*	2014**	Total 2013-2014
QUEJAS INGRESADAS	241	237	478
CONCILIADAS	132	110	242
% CONCILIACIÓN/a	86%	75%	81%
NO CONCILIADAS	21	36	57
DESISTIMIENTO	22	24	46
QUEJA IMPROCEDENTE	0	1	1
EN TRÁMITE	66	66	132
CANCELADA	0	0	0

*Estados procesales al cierre de 2013.

**Cifras al cierre del mes de diciembre de 2014.

/a: Para el cálculo se consideran los estados procesales "Conciliada" y "No conciliada"

No.	Principales motivos de reclamación 2014	% respecto al total
1	Negativa a la devolución de depósito	27%
2	Negativa a la entrega del producto o servicio	24%
3	Negativa a cambio o devolución	18%



No.	Principales proveedores con quejas en 2014	% respecto al total
1	COLEGIO AJUSCO, SC	5%
2	IPEFH BICENTENARIO, SC	3%
3	SISTEMA EDUCATIVO DEL NORTE, AC	2%

ESCUELA DE EDUCACIÓN SECUNDARIA TÉCNICA PRIVADO

	2013*	2014**	Total 2013-2014
QUEJAS INGRESADAS	25	20	45
CONCILIADAS	10	7	17
% CONCILIACIÓN /a	77%	88%	81%
NO CONCILIADAS	3	1	4
DESISTIMIENTO	4	2	6
QUEJA IMPROCEDENTE	1	0	1
EN TRÁMITE	7	10	17
CANCELADA	0	0	0

*Estados procesales al cierre de 2013

**Cifras al cierre del mes de diciembre de 2014

/a: Para el cálculo se consideraran los estados procesales "Conciliada" y "No conciliada"

No.	Principales motivos de reclamación 2014	% respecto al total
1	Negativa a cambio o devolución	25%
2	Negativa a la devolución de depósito	20%
3	Negativa a la entrega del producto o servicio	15%

No.	Principales proveedores con quejas en 2014	% respecto al total
1	INSTITUTO SIMÓN BOLÍVAR DE POPOCATÉPETL, SC	15%
2	SECUNDARIA PARTICULAR 0160 SIMÓN BOLÍVAR	5%
3	INSTITUTO DE ALTO RENDIMIENTO JEAN PIAGET, SA DE CV	5%



ESCUELA DE EDUCACIÓN SECUNDARIA GENERAL PRIVADO

	2013*	2014**	Total 2013-2014
QUEJAS INGRESADAS	27	42	69
CONCILIADAS	12	29	41
% CONCILIACIÓN /a	80%	85%	84%
NO CONCILIADAS	3	5	8
DESISTIMIENTO	3	2	5
QUEJA IMPROCEDENTE	0	0	0
EN TRÁMITE	9	5	14
CANCELADA	0	1	1

*Estados procesales al cierre de 2013

**Cifras al cierre del mes de diciembre de 2014

/a: Para el cálculo se consideran los estados procesales "Conciliada" y "No conciliada"

No.	Principales motivos de reclamación 2014	% respecto al total
1	Negativa a la entrega del producto o servicio	29%
2	Negativa a la devolución de depósito	24%
3	Responsabilidad del proveedor por actos de sus dependientes	14%

No.	Principales proveedores con quejas en 2014	% respecto al total
1	MULTIVERSIDAD LATINOAMERICANA, AC	33%
2	SOCIEDAD EDUCATIVA DE MÉXICO, SC	5%
3	INSTITUTO DE ESTILISTAS NEW LOOKS	5%

A continuación se muestran los 25 principales proveedores con mayor número de quejas, en el periodo del 1° de enero al 31 de diciembre de 2014, tomando en cuenta los giros siguientes: (i) escuela de educación primaria privada; (ii) escuela de educación media superior privado; (iii) escuela de educación media técnica terminal privado; (iv) escuela de educación secundaria técnica privado y (v) escuela de educación secundaria general privado.



N°	RAZÓN SOCIAL	Conciliada	No Conciliada	En trámite	Desistimiento	Improcedente	Cancelada	Total general	% Conciliación
1	UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO, SC	19	1	18	2			40	95%
2	MULTIVERSIDAD LATINOAMERICANA, AC	16						16	100%
3	RIO GRANDE COLLEGE	1		10				11	100%
4	CETEC OBREGÓN, SC	1	4	6				11	20%
5	COLEGIO AJUSCO, SC		10		1			11	0%
6	UNIVERSIDAD DE ESTUDIOS AVANZADOS	4		6				10	100%
7	GASTRONOMÍA SAN COSME, SC		2	5	1			8	0%
8	ESCUELA INTERNACIONAL DE CHEFS, AC	2	3	1	1			7	40%
9	CENTRO DE ESTUDIOS PROFESIONALES DE XALAPA	2		2				7	100%
10	INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY	4		2				6	100%
11	IPEFH BICENTENARIO, SC	6						6	100%
12	CENTRO EDUCATIVO VERSALLES, SC			5				5	N/D
13	SISTEMA EDUCATIVO DEL NORTE, AC		1	4				5	0%
14	CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA Y SISTEMAS FLEXIBLES DE APRENDIZAJE, SC	1		4				5	100%
15	INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR EXCELENCIA Y HUMANISMO, AC	5						5	100%
16	FOMENTO EDUCATIVO Y CULTURAL FRANCISCO DE IBARRA, AC	2	1	2				5	67%
17	CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL BAJÍO, SC	4						4	100%
18	CENTRO EDUCATIVO Y DE CAPACITACIÓN ETARZA			4				4	N/D
19	INSTITUTO DE ESTUDIOS AVANZADOS DE ENFERMERÍA, AC			4				4	N/D
20	UNIVERSIDAD ICEL, SC	1		1	2			4	100%
21	INSTITUTO DE CIENCIAS Y ESPECIALIDADES	1	1		2			4	50%
22	UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DE VERACRUZ			1	2			3	N/D
23	INSTITUTO EDUCATIVO SANTA FE, SC	2			1			3	100%
24	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE VERACRUZ			2	1			3	N/D
25	INSTITUTO SIMÓN BOLÍVAR DE POPOCATÉPETL, SC			2	1			3	N/D

Por otra parte, es oportuno precisar que la LFPC contiene un marco regulatorio de protección a los derechos de las y los consumidores, incluidos los relativos a la información, la educación y elección, toda vez que de conformidad a lo establecido en el artículo 1, fracciones III y VII de la LFPC, son principios básicos en las relaciones de consumo la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como los riesgos que representen; y la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.



De esta manera, en los artículos 7 y 7 Bis de la LFPC se establecen las obligaciones del proveedor, como a continuación se señala:

"Artículo 7.- Todo proveedor está obligado a informar y respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona alguna.

Artículo 7 BIS.- El proveedor está obligado a exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor.

Dicho monto deberá incluir impuestos, comisiones, intereses, seguros y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva, sea ésta al contado o a crédito."

Robustece lo anterior, el hecho de que en 1985, la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó las Directrices de la ONU para la Protección del Consumidor, ocasión en la que se logró el reconocimiento internacional, entre otros, de los siguientes derechos:

1. Derecho a la Información: La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los bienes y servicios que nos ofrezcan, debe ser oportuna, completa, clara y veraz, de manera que podamos elegir sabiendo que compramos.
2. Derecho a Elegir: Al decidirnos por un producto o servicio, nadie puede presionarnos, condicionarnos la venta a cambio de comprar algo que no queremos o exigir pagos o anticipos sin que se haya firmado un contrato.
3. Derecho a la Educación: Podemos recibir educación en materia de consumo, conocer nuestros derechos y saber de qué forma nos protege la ley, así como organizarnos con familiares o vecinos para aprender a consumir mejor y de manera más inteligente.



Con base en dichas Directrices (de las que existe la versión ampliada de 1999), en el artículo 32 de la LFPC, se establece que "la información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas".

En este sentido, el artículo 32 de la Ley antes citada, exige que la información o publicidad reúna tres requisitos fundamentales:

- Que sea veraz; es decir, que los datos que contengan sean verdaderos, fidedignos, que correspondan a las condiciones reales de los bienes o servicios anunciados;
- Que sea comprobable, lo que significa que las características de los productos y servicios anunciados deben ser susceptibles de verificación, de confirmación, y
- Que sea precisa, es decir, exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por engañosas o abusivas.

En el mismo precepto legal, se define a la información o publicidad engañosa o abusiva como aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.

Bajo este marco legal, la PROFECO considera que es pertinente fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, como se establece en el siguiente artículo 8 Bis de la LFPC:

"ARTÍCULO 8 Bis. La Procuraduría deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten."



Para este propósito, elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por los medios a su alcance, incluyendo su distribución en los establecimientos de los proveedores, previo acuerdo con éstos. También presentará sus contenidos educativos a la autoridad federal competente a fin de que los incorpore a los programas oficiales correspondientes en términos de las disposiciones aplicables.

La Procuraduría establecerá módulos o sistemas de atención y orientación a los consumidores en función de la afluencia comercial, del número de establecimientos y operaciones mercantiles, de la temporada del año y conforme a sus programas y medios, debiéndose otorgar a aquélla las facilidades necesarias para ello."

Asimismo, la PROFECO a través de la Dirección General de Quejas y Conciliación de la Subprocuraduría de Servicios, tiene como atribución, entre otras, la de procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores, sustanciando el procedimiento conciliatorio, en el cual se programa una audiencia a la que acuden las partes ante un conciliador de la PROFECO, con el fin de encontrar la mejor solución a la queja presentada.

Conforme a lo establecido en el artículo 99 de la LFPC, los requisitos para presentar una queja, son los siguientes:

- I. Señalar nombre y domicilio del reclamante;*
- II. Descripción del bien o servicio que se reclama y relación sucinta de los hechos;*
- III. Señalar nombre y domicilio del proveedor que se contenga en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación o, en su defecto, el que proporcione el reclamante;*
- IV. Señalar el lugar o forma en que solicita se desahogue su reclamación;*
- V. Para la atención y procedencia de quejas o reclamaciones grupales, se deberá acreditar, además, que existe identidad de causa, acción, pretensiones y proveedor; la personalidad del o los representantes del grupo de quejosos; que la representación y gestión se realiza de manera gratuita, y que no están vinculadas con actividades de proselitismo político o electoral, y*
- VI. Las asociaciones u organizaciones de consumidores que presenten reclamaciones grupales deberán acreditar, además:*
 - a) Su legal constitución y la personalidad de los representantes;*
 - b) Que su objeto social sea el de la promoción y defensa de los intereses y derechos de los consumidores;*
 - c) Que tienen como mínimo un año de haberse constituido;*



- d) Que los consumidores que participan en la queja grupal expresaron su voluntad para formar parte de la misma;
- e) Que no tienen conflicto de intereses respecto de la queja que se pretenda presentar, expresándolo en un escrito en el que, bajo protesta de decir verdad, se haga constar dicha circunstancia;
- f) Que la representación y gestión se realiza de manera gratuita, y
- g) Que no participan de manera institucional en actividades de proselitismo político o electoral"

Por su parte, el artículo 105 de la LFPC, establece que el término para presentar las reclamaciones ante la PROFECO relacionadas con la prestación de servicios, es de un año a partir de que se expida el comprobante que ampare el precio o la contraprestación pactada; de que se pague el bien o sea exigible el servicio, total o parcialmente, a partir de que se reciba el bien, o se preste el servicio, o a partir de la última fecha en que el consumidor acredite que directamente requirió al proveedor el cumplimiento de alguna de las obligaciones pactadas por éste.

Además, la PROFECO a través de la Dirección de Concilianet de la Subprocuraduría de Servicios, pone a disposición de todos los consumidores que hayan sido afectados por incumplimientos de proveedores, una plataforma de solución de controversias denominada CONCILIANET, en la siguiente dirección de página web <http://concilianet.profeco.gob.mx/conciliante/faces/inicio.jsp>, en la cual puede presentar reclamaciones o quejas por internet, logrando que el trámite sea más ágil y rápido, ya que permite a los consumidores presentar la queja desde su hogar o cualquier otro lugar con acceso a internet. Las audiencias de conciliación se llevan a cabo mediante una sala de audiencias virtual (tipo chat), en la cual el consumidor, el proveedor y la PROFECO interactúan con el fin de encontrar una solución a la problemática planteada.

De igual forma, la PROFECO tiene mecanismos de información, orientación, asesoría y solución de consultas que brinda la Dirección General de Quejas y Conciliación de la Subprocuraduría de Servicios, ofreciendo información, orientación, asesoría y solución de consultas a través del Teléfono del Consumidor relacionada con los derechos de las y los consumidores.

Los datos de contacto del Teléfono del Consumidor son los siguientes:

Teléfono del consumidor: (55) 55688722 en el Distrito Federal y área metropolitana y 01 800 4688722 en el interior de la República.



Chat, Correo y Voz IP: <http://telefonodelconsumidor.gob.mx/>

Horario de atención de lunes a viernes de 9:00 a 19:00 horas, sábados, domingos y días festivos de 10:00 a 18:00 horas.

En las redes sociales, en las cuentas de Twitter: @profeco y Facebook: /ProfecoOficial

Asimismo, en la página oficial de la PROFECO también se encuentra un enlace al Teléfono del Consumidor en línea, que ofrece orientación, asesoría y solución de consultas en tiempo real, en el que se dispone de tres opciones de acercamiento con los asesores: (i) envío de correo electrónico, (ii) hablar con un asesor, (iii) chatear con un asesor; también puede accederse directamente en la dirección: <http://telefonodelconsumidor.gob.mx/>

A su vez, las y los consumidores pueden presentarse en una Delegación o Subdelegación de la PROFECO para recibir información, orientación o asesoría respecto a sus derechos en materia de consumo, así como para, en su caso, presentar una queja. Para conocer el domicilio de las Delegaciones y Subdelegaciones, los consumidores pueden visitar la página de internet <http://www.profeco.gob.mx/delegaciones/delegaciones.asp>

Otro medio de información y orientación se encuentra el sitio de internet o página oficial al que puede accederse en la dirección electrónica <http://www.profeco.gob.mx>, donde los consumidores pueden encontrar diversa información que resulta de utilidad en sus relaciones de consumo. Sólo por mencionar, el enlace de la Revista del Consumidor en línea, en la dirección <http://revistadelconsumidor.gob.mx>; ésta opción se puede obtener también en su versión impresa, programa de radio y televisión. Igualmente en el sitio: <http://www.consumidor.gob.mx> los consumidores pueden obtener información, consejos, puntos de referencia y antecedentes de diversos temas de consumo.

También, la PROFECO cuenta con módulos o sistemas de atención u orientación a las y los consumidores mediante los cuales se brinda asesoría, información y conciliación inmediata, recepción de denuncias y distribución de material informativo de la institución.




Finalmente, en caso de que la PROFECO detecte que algún proveedor de bienes o servicios cometa violaciones a la LFPC, se actuará con base en el marco jurídico aplicable, para proteger los derechos de las y los consumidores e imponer las sanciones económicas correspondientes.

Por lo anterior, y con fundamento en los artículos 27 y 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la fracción II del artículo 48 del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, así como el acuerdo por el que se emiten los Lineamientos para la conducción y coordinación de las relaciones del Poder Ejecutivo Federal con el Poder Legislativo de la Unión, publicado el 1 de octubre de 2003 en el Diario Oficial de la Federación, le solicito atentamente haga del conocimiento del H. Congreso de la Unión, la información contenida en el presente, en la forma que usted estime conveniente.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un saludo cordial.

Atentamente



Mtro. Edgar Alejandro Guerrero Flores
Director General de Vinculación Política

C.c.p. Lic. Felipe Solís Acero. – Subsecretario de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos. – Secretaría de Gobernación.
Lic. Lorena Martínez Rodríguez. – Procuradora Federal del Consumidor.
Lic. José Guadalupe Sáenz Solís. – Coordinador de Asesores del C. Secretario. – Secretaría de Economía. (Ref. 100A142159-01)
Lic. Regina Gándara Mendoza. – Secretaria particular del C. Secretario. – Secretaría de Economía. (Ref. 100OCS-2015-62-01)

JDR/MABM