



**Alianza del
Pacífico**

CARTILLA DE PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS Y LOS CONSUMIDORES EN LA ALIANZA PACÍFICO



¿QUÉ ES LA ALIANZA DEL PACÍFICO?



LA ALIANZA DEL PACÍFICO ES UNA INICIATIVA DE INTEGRACIÓN REGIONAL CONFORMADA POR **CHILE, COLOMBIA, MÉXICO Y PERÚ**, OFICIALMENTE CREADA EL 28 DE ABRIL DE 2011. SUS OBJETIVOS SON:

-  **CONSTRUIR**, de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas;
-  **IMPULSAR** un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de sus integrantes, con miras a lograr un mayor bienestar, la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes; y
-  **CONVERTIRSE** en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial, y de proyección al mundo, con especial énfasis en la región Asia-Pacífico.

LA ALIANZA DEL PACÍFICO EN NÚMEROS



233 millones
de habitantes, en 2021.¹



El bloque representó el **42%** del **PIB** de América Latina y el Caribe en 2021³ y atrae el **45%** de la **inversión extranjera directa** de esta región.⁴



COMERCIO:
684,232 millones
de dólares en exportaciones, en 2021.²



La Alianza del Pacífico registró un **PIB per cápita** de **USD 9,207.9** por persona en 2021.⁵

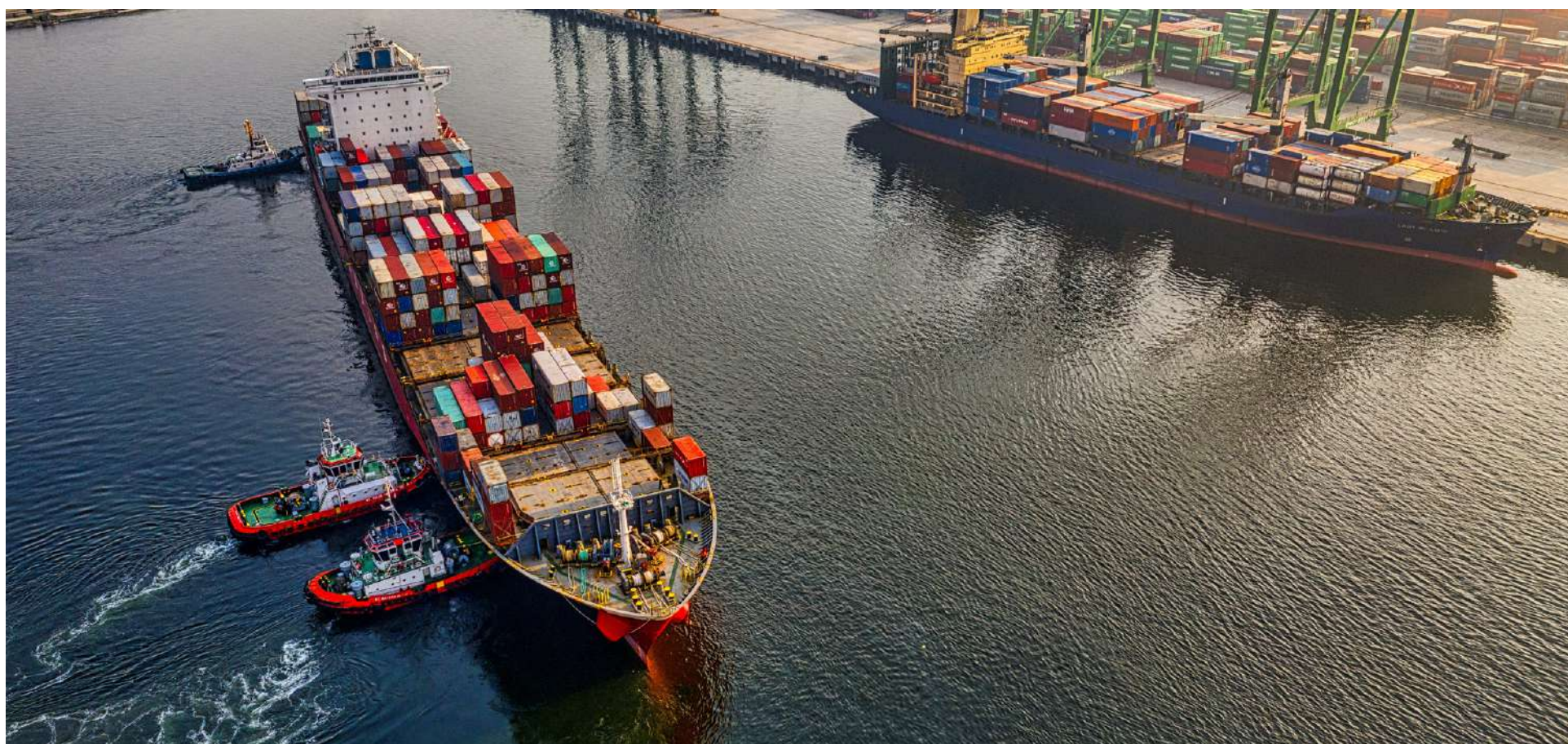
¹ Datos del 2021 obtenidos del FMI, consultados el 14 de julio de 2022.

² Dato a 2021 obtenido de TradeMap. Consultado el 19 de julio de 2022. Exportaciones FOB, Importaciones CIF y saldo comercial se refiere a la diferencia entre las exportaciones FOB e importaciones CIF.

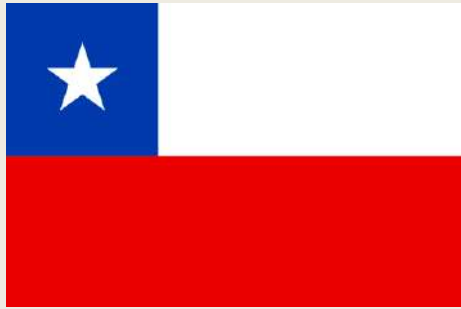
³ Cálculo realizado con datos del FMI, consultados el 14 de julio de 2022.

⁴ Cálculo realizado con datos del FMI, consultados el 06 de septiembre de 2022. En el caso de Chile se considera la cifra reportada para 2020.

⁵ Promedio ponderado: corresponde a la suma del producto interno bruto de los países miembros de la Alianza del Pacífico entre la suma de la población de los países miembros. Datos obtenidos del FMI, consultados el 14 de julio de 2022.



¿QUIÉNES SON MIEMBROS?



La **ALIANZA DEL PACÍFICO** está conformada por Chile, Colombia, México y Perú.



En 2022, los países **CANDIDATOS** a miembros son: Costa Rica y Honduras.



Los **ESTADOS OBSERVADORES** de la Alianza del Pacífico son 63 e incluyen a Argentina, Canadá, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Haití, Honduras, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay, Egipto, Marruecos, Corea, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, India, Indonesia, Israel, Japón, Kazajistán, República Popular de China, Singapur, Tailandia, Alemania, Arabia Saudita, Armenia, Austria, Azerbaiyán, Bélgica, Belarús, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Georgia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Lituania, Malta, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Serbia, Suecia, Suiza, Turquía, Ucrania, Australia y Nueva Zelanda.

La participación de los Estados Observadores permite preparar programas de trabajo compartidos con cada uno de ellos respecto a varias temáticas, incluyendo asuntos económicos, educación, innovación, ciencia y tecnología, impulso a pequeñas y medianas empresas, desarrollo social, entre otras.

63

ESTADOS OBSERVADORES

ALIANZA DEL PACÍFICO



AMÉRICA

- Argentina
- Canadá
- Costa Rica
- Ecuador
- El Salvador
- Estados Unidos
- Guatemala
- Haití
- Honduras
- Panamá
- Paraguay
- República Dominicana
- Trinidad y Tobago
- Uruguay

ÁFRICA

- Egipto
- Marruecos

ASIA

- Arabia Saudita
- R.P. China
- Corea
- Emiratos Árabes Unidos
- Filipinas
- India
- Indonesia
- Israel
- Japón
- Kazajistán
- Pakistán
- Singapur
- Tailandia

EUROPA

- Alemania
- Armenia
- Austria
- Azerbaiyán
- Belarús
- Bélgica
- Croacia
- Dinamarca
- Eslovaquia
- Eslovenia
- España
- Finlandia
- Francia
- Georgia
- Grecia
- Hungría
- Irlanda
- Italia
- Lituania
- Malta
- Noruega
- Países Bajos
- Polonia
- Portugal
- Reino Unido
- República Checa
- Rumania
- Serbia
- Suecia
- Suiza
- Turquía
- Ucrania

OCEANÍA

- Australia
- Nueva Zelandia

A photograph of a silver metal shopping cart with blue handles, resting on a laptop keyboard. The cart is empty and positioned diagonally across the frame. The background is a soft, light-colored gradient.

SER CONSUMIDOR EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO

LA ALIANZA DEL PACÍFICO ES MÁS QUE UN MECANISMO DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA ENTRE LOS PAÍSES MIEMBROS. BUSCA PROMOVER UN DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL JUSTO, EQUITATIVO, SOSTENIDO Y CON MIRAS A LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.

Para cumplir con estos objetivos, la confianza de las y los consumidores en los mercados es imprescindible para impulsar la eficiencia, la innovación y la competitividad. Empoderar a las personas consumidoras, por la vía de la protección de sus derechos y el fomento de la transparencia de los mercados, es indispensable para construir la confianza de las y los consumidores.

En la Alianza del Pacífico, se promueve el respeto a las personas consumidoras, buscando:

- a. El acceso a bienes y servicios que garanticen la satisfacción de las necesidades básicas de las y los consumidores;
- b. La protección de la vida, salud y seguridad de las y los consumidores contra los riesgos provocados por productos y prácticas en el abastecimiento de productos considerados peligrosos o nocivos;
- c. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de bienes y servicios;
- d. Tener información adecuada y clara sobre los diferentes bienes y servicios;
- e. La elección libre de bienes y servicios;
- f. El acceso a la garantía de la calidad satisfactoria de bienes y servicios frente a fallas o defectos;
- g. El acceso a mecanismos efectivos destinados a la reparación de los daños ocasionados;
- h. La protección contra la publicidad engañosa, así como contra métodos comerciales coercitivos, desleales y cláusulas abusivas;
- i. La promoción y protección de los intereses de las personas consumidoras;
- j. La protección de las y los consumidores en las transacciones efectuadas a través del comercio electrónico;
- k. La formación de grupos u otras organizaciones de consumidores y consumidoras para la promoción y defensa de sus derechos; y
- l. La no discriminación en las relaciones de consumo.



al del Consumidor



**SERNAC,
EL SERVICIO
NACIONAL DEL
CONSUMIDOR DE
CHILE**

SE
Servicio

EL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, SERNAC, ES LA INSTITUCIÓN DEL ESTADO CHILENO RESPONSABLE DE VIGILAR QUE SE RESPETEN LOS DERECHOS DE LAS Y LOS CONSUMIDORES ESTABLECIDOS EN LA LEY N° 19.496, Y DE IMPLEMENTAR UNA POLÍTICA DE PROTECCIÓN DE ESTOS DERECHOS, PROMOVRIENDO CON ELLO, MERCADOS MÁS JUSTOS Y EFICIENTES.

En 2019 la Ley fue modificada para entregar más facultades al Servicio como la posibilidad de fiscalizar a las empresas, así como iniciar Procedimientos Voluntarios Colectivos. Otra modificación en 2021 (Ley Proconsumidor) fortaleció los derechos de los consumidores aumentando el plazo de garantía legal de los productos defectuosos (de 3 a 6 meses); así como otros ajustes en materia financiera y derechos en el mercado aeronáutico y automotriz. También entró en vigencia en 2022, el Reglamento de Comercio electrónico, que hace más exigencias a las empresas, principalmente en la disposición de información al consumidor.

El **SERNAC** tiene por misión informar, educar y proteger a las y los consumidores ciudadanos, utilizando para ello, las facultades que le entrega la Ley de Protección al Consumidor.

La visión del **SERNAC** es convertirse en líderes en servicio a la ciudadanía, y referentes a nivel nacional e internacional, en protección, información y educación a las y los consumidores fortaleciendo una cultura de respeto a sus derechos, vigilando el comportamiento de las empresas en los mercados y promoviendo una participación ciudadana activa en materias de consumo.

El **SERNAC**, además de las recientes facultades mencionadas anteriormente, puede presentar demandas colectivas, y cuando se trata de reclamos individuales, realiza gestiones para que las empresas respondan y entreguen solución.

Aunque sus oficinas principales están en Santiago, **SERNAC** posee un equipo humano y oficinas en todas las regiones de Chile.

Asimismo, cuenta con canales remotos de atención a través de su sitio web www.sernac.cl o call center, 800 700 100.



¿CÓMO ME AYUDA EL SERNAC?

ANTE CUALQUIER INCUMPLIMIENTO A LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR (ENTRE ELLOS, FALTA DE INFORMACIÓN SOBRE LAS CONDICIONES RELEVANTES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS; INCUMPLIMIENTO DE LAS PROMESAS O LO ESTABLECIDO EN LOS CONTRATOS; COBROS INDEBIDOS O BARRERAS PARA EJERCER LA GARANTÍA LEGAL DE LOS PRODUCTOS QUE TIENEN FALLAS) LAS PERSONAS PUEDEN ACUDIR AL SERNAC PARA QUE GESTIONE SOLUCIONES CON LAS EMPRESAS.

Aunque un reclamo no sea respondido favorablemente en esta instancia, esta información es utilizada para nutrir los procesos de fiscalización, investigaciones, realizar rankings o estudios, o cuando corresponda, abrir procesos colectivos.

Los reclamos permiten al SERNAC detectar las malas prácticas del mercado y generar acciones concretas que beneficien a todos. Por su parte, las empresas tienen el desafío de ver en sus reclamos una oportunidad para mejorar y diferenciarse de la competencia poniendo al consumidor en el primer lugar de su negocio.



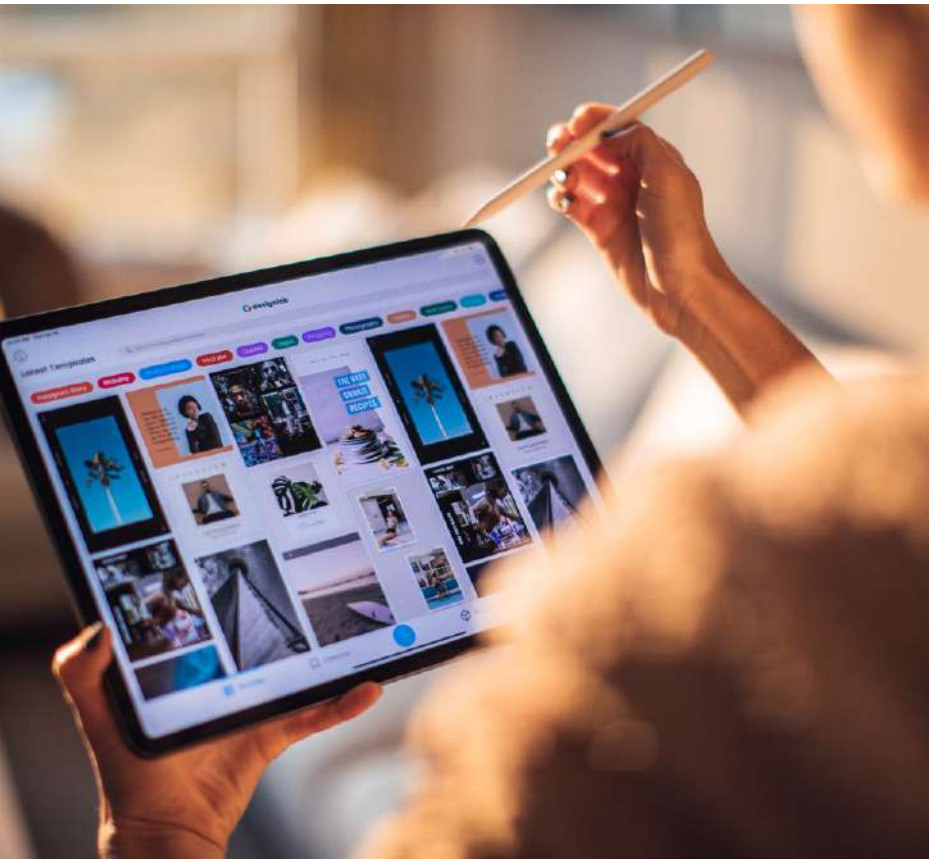
LA RUTA DEL RECLAMO DEL CONSUMIDOR:

1 Lo primero que tiene que hacer un consumidor cuando siente que sus derechos han sido vulnerados es reclamar ante la empresa. Las y los consumidores pueden reclamar por cualquier incumplimiento a sus derechos; por ejemplo, problemas para ejercer el derecho de garantía, cobros indebidos, cobranzas extrajudiciales abusivas, alzas unilaterales de comisiones, entre otros.

2 Lo que hace el SERNAC es buscar soluciones oportunas y adecuadas antes de llegar a tribunales. Para ello se comunica con la empresa, le informa del problema y solicita una respuesta, cuyo plazo máximo para responder es de 18 días hábiles. Paralelamente, el SERNAC le informa al consumidor de las gestiones que se están realizando y de la respuesta dada por la empresa.

3 Cuando una empresa vulnera los derechos del consumidor y no entrega una respuesta satisfactoria al afectado, queda el camino de la Justicia. En estos casos, el Servicio orienta al consumidor sobre los pasos a seguir si es que desea hacer la denuncia ante los tribunales, o se hará parte en aquellos que afecten el interés general.








DÓNDE RECLAMAR:


EN CASO DE TENER ALGÚN PROBLEMA, LO QUE DEBEN HACER LOS CONSUMIDORES ES RECLAMAR ANTE LAS EMPRESAS, Y DE NO OBTENER UNA RESPUESTA POSITIVA, PUEDEN ACUDIR AL SERNAC A TRAVÉS DE SU SITIO WEB WWW.SERNAC.CL, DE FORMA PRESENCIAL A LAS OFICINAS DE LAS DIRECCIONES REGIONALES DEL SERNAC Y /U OFICINAS DE ATENCIÓN MUNICIPAL, O LLAMAR AL 700 800 100.

ALGUNOS DATOS DEL SERNAC:

-  Desde que entró en vigencia la Ley que entrega más facultades al **SERNAC** (2019), se han entregado más de 6 millones quinientos mil consumidores y consumidoras quienes recibieron más de 73 mil millones por procesos colectivos (Procedimientos Voluntarios Colectivos o Demandas colectivas) desde que entró en vigencia la nueva Ley (hasta 2021)
-  Más del 60% de los reclamos individuales se resuelven por la gestión del **SERNAC**.
-  El Servicio recibió más de 750 mil reclamos en 2021; un total de 5 mil Alertas Ciudadanas y **331 mil Consultas**.





 El **SERNAC** dispone a la ciudadanía varias herramientas útiles en su página www.sernac.cl. Entre ellas, la plataforma “Me Quiero Salir” que permite el término expedito de contratos de telecomunicaciones y seguros; “No Molestar”, para dejar de recibir llamados o mensajes molestos (spam) o la calculadora de gastos de cobranza, costos de tarjetas de crédito o comparador de créditos de consumo.



¿QUÉ PUEDE HACER EL **SERNAC** SI SOY UNA PERSONA EXTRANJERA?

En lo que se refiere a la gestión y tramitación de los reclamos, el **SERNAC** no hace ningún tipo de diferencia entre consumidores nacionales y extranjeros. Aquellos consumidores extranjeros que consideren que sus derechos han sido vulnerados son invitados a dirigir sus consultas y reclamos a los canales de atención al consumidor dispuestos por el **SERNAC**.



**SUPERINTENDENCIA
DE INDUSTRIA Y
COMERCIO DE
COLOMBIA - SIC**

¿QUÉ ES LA SIC?

LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO - SIC, ES LA ENTIDAD DEL ESTADO COLOMBIANO ENCARGADA DE VELAR POR EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS A TRAVÉS DE LA VIGILANCIA Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS Y LOS CONSUMIDORES, Y DE LA LIBRE Y SANA COMPETENCIA, ASÍ COMO DEL CUMPLIMIENTO DE ASPECTOS RELACIONADOS CON LA METROLOGÍA LEGAL Y REGLAMENTOS TÉCNICOS. TAMBIÉN ACTÚA COMO AUTORIDAD NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y DEFIENDE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON LA CORRECTA ADMINISTRACIÓN DE LOS DATOS PERSONALES.

En lo que respecta a la protección de los derechos de los consumidores, la Delegatura para la Protección al Consumidor, es la responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011, junto con sus Decretos y Leyes Auxiliares, en todos aquellos sectores de la economía que no cuenten con regulación y autoridad particular en la materia. También es la encargada de vigilar la observancia de las disposiciones de protección de usuarios de servicios de comunicaciones y, más recientemente, de usuarios de servicios turísticos.





¿CÓMO ME AYUDA LA SIC?

DE CONFORMIDAD CON LAS ATRIBUCIONES CONFERIDAS POR MANDATO LEGAL, CORRESPONDE A ESTA SUPERINTENDENCIA VELAR POR EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY, EN ESPECIAL, LA LEY 1480 DE 2011 (ESTATUTO DEL CONSUMIDOR); LEY 300 DE 1996; LEY 2068 DE 2020; LEY 1335 DE 2009; LEY 1341 DE 2009, MODIFICADA POR LA LEY 1978 DE 2019; LEY 1369 DE 2009; LA REGULACIÓN EXPEDIDA POR LA COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES; EL DECRETO 1074 DE 2015; Y LA CIRCULAR ÚNICA DE LA SIC, ENTRE OTRAS, ASÍ COMO DAR OBSERVANCIA AL DECRETO 4886 DE 2011, POR MEDIO DEL CUAL SE MODIFICÓ LA ESTRUCTURA DE ESTA SUPERINTENDENCIA Y SE DETERMINARON LAS FUNCIONES DE SUS DEPENDENCIAS.

En materia de protección al consumidor, la SIC tiene i) facultades administrativas para ordenar la suspensión de conductas ilegales, ii) facultades sancionatorias para reprimir a los infractores y iii) facultades jurisdiccionales para resolver sobre temas de interés particular.

Teniendo en cuenta lo anterior, en lo que respecta a las personas usuarias de servicios de comunicaciones y postales, la Delegatura para la Protección al Consumidor, a través de la Dirección de Investigaciones de Protección a Usuarios de Comunicaciones, ejerce funciones relacionadas con temas como fallas en la prestación del servicio, la deficiente calidad en la atención a los usuarios, y la violación de disposiciones contenidas en el Régimen de Protección de los Usuarios. También tiene a su cargo el reconocimiento de los efectos del silencio administrativo positivo en los casos de solicitudes no atendidas en forma oportuna y/o adecuada por los proveedores.




Asimismo, tiene la facultad de supervisar las instrucciones que imparta en la materia, y podrá ordenar las modificaciones a los contratos entre proveedores y comercializadores de redes y servicios de telecomunicaciones, o entre éstos y sus usuarios, cuando sus estipulaciones sean contrarias a las disposiciones de protección de usuarios. También cuenta con la competencia de tramitar quejas y reclamos en lo que a servicios postales se refiere.



Por su parte, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor tiene a su cargo la inspección, vigilancia y control en temas relacionados con calidad, idoneidad, seguridad, garantías, información y publicidad, protección contractual, prestación de servicios turísticos, publicidad, y prohibición de promoción y patrocinio de tabaco y sus derivados, entre otros que no hayan sido asignados a otra autoridad, y sin perjuicio de la competencia especial que igualmente le confiere la ley en materia de protección al consumidor, en otros sectores de la economía.

Asimismo, puede ordenar el cese y la difusión correctiva de información o publicidad engañosa, controlar y vigilar las ligas y asociaciones de consumidores, y suspender la producción y comercialización de bienes y servicios cuando atenten contra la vida o seguridad de los consumidores.

ALGUNOS DATOS DE LA SIC

-  Teniendo en cuenta que la Delegatura para la Protección del Consumidor tiene a su cargo dos Direcciones, en la vigencia 2021 la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor impuso un total de **292 multas** (COP \$12.778.427.198). Por su parte, la Dirección de Investigaciones de Protección a Usuarios de Servicios de Comunicaciones impuso un total de 98 sanciones (COP \$10.961.366.190).
-  En septiembre de 2015, la SIC asumió la Presidencia de la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) de la OEA. Dicho encargo le permitió reforzar la labor en materia de seguridad de productos, permitiendo el lanzamiento de la Red Nacional de Consumo Seguro en la cual se busca una alianza con las principales entidades colombianas relacionadas con la seguridad y la salud de los consumidores. Actualmente, para el periodo 2021-2022, la SIC una vez más ostenta la Presidencia de esta importante Red a nivel regional, y para este nuevo periodo se ha propuesto promover la cooperación transfronteriza y el trabajo conjunto en materia de seguridad de producto entre las autoridades de protección al consumidor que hacen parte de la Red, así como fomentar personas consumidoras informadas y empoderadas, que tomen mejores decisiones.
-  En marzo de 2016, la SIC lanzó oficialmente al público la plataforma **“SIC Facilita”**, una herramienta alternativa y virtual de solución de controversias por medio de la cual los consumidores pueden tener contacto directo, desde su celular o computador, con las empresas a las cuales quieren realizar un reclamo y solucionar su problema de forma más rápida y efectiva. A la fecha, se ha logrado la vinculación de 155 proveedores de las marcas más importantes del país a la plataforma de SIC Facilita, dentro de los cuales 8 corresponden al sector de telecomunicaciones.
-  Desde el 2011, con la expedición del Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), nace la Red Nacional de Protección al Consumidor (RNPC), de la cual la SIC hace parte, junto con otras autoridades de protección al consumidor en el país. A través de la RNPC se busca orientar, capacitar y educar a todos los consumidores en el país respecto de sus derechos y deberes, brindarle apoyo y asesoría a las Alcaldías, así como recibir y tramitar ante la autoridad competente las reclamaciones administrativas presentadas por las y los consumidores.
-  **Ruta del Consumidor:** La Ruta Nacional de Protección al Consumidor de Bienes y Servicios es un programa de la Superintendencia de Industria y Comercio, que opera a través de la Red Nacional de Protección al Consumidor (RNPC), desarrollado en el marco de lo establecido en el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011). Actualmente, opera con seis (6) Rutas del Consumidor, siendo estas cuatro (4) unidades móviles, una ruta fluvial y una ligera, que recorren todo Colombia para atender y asesorar a los consumidores de las zonas más apartadas en asuntos relacionados con la protección al consumidor, protección de datos personales, metrología legal, reglamentos técnicos y propiedad industrial, así como brindarles la posibilidad de realizar trámites de quejas y recursos en línea. En este sentido, en 2020 se atendió un total de 23.608 ciudadanos y ciudadanas en 132 municipios, mientras que en el 2021 se atendieron 61,667 ciudadanos en 386 municipios.





La estrategia de promoción, prevención y articulación (EPPA), es otro programa de la Red Nacional de Protección al Consumidor (RNPC) dirigido a tenderos, comerciantes, productores, proveedores y consumidores a nivel nacional con el fin de socializarles el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) para incentivar comportamientos responsables frente al cumplimiento de los deberes y derechos de los actores que intervienen en las relaciones de consumo. Actualmente el programa tiene cobertura regional en 16 ciudades donde operan las Casas del Consumidor de Bienes y Servicios. Además, acompaña las visitas a municipios que realiza la Ruta Nacional de Protección al Consumidor de Bienes y Servicios.



Casas del consumidor: Las Casas del Consumidor de Bienes y Servicios hacen parte de la Superintendencia de Industria y Comercio en asocio con las alcaldías locales y municipales de diferentes ciudades del país. Su principal objetivo es el de fomentar la creación de una verdadera cultura de respeto por los derechos del consumidor en el nivel local y departamental, mediante la orientación a la ciudadanía y la socialización de sus derechos como personas consumidoras. Así mismo, están enfocadas en brindar asesoría y apoyo a las administraciones municipales de la región en el correcto ejercicio de sus funciones de policía administrativa, en áreas tales como la protección al consumidor y la metrología legal. En 2015 se inauguraron 6 casas: Ibagué, Barranquilla, Neiva, Villavicencio, Bucaramanga y Cartagena, mientras que en el 2016 se inauguró la Casa del Consumidor de Pasto. A finales del 2020 se contaba con 31 casas en operación (8 de las cuales operaron hasta diciembre del 2020), mediante las que se logró atender a 68.849 ciudadanos y ciudadanas. Para el 2021 continuaron en operación 23 casas y se abrieron 2, para un total de 25 casas al cierre de 2021, a través de las cuales se atendió a un total de 198.681 ciudadanos.



CONSUFONDO: El Fondo de Proyectos de Protección al Consumidor (CONSUFONDO), es un programa de la Superintendencia de Industria y Comercio a través de la Red Nacional de Protección al Consumidor, cuyo objetivo es brindar acompañamiento integral y apoyar con recursos no reembolsables a alcaldías municipales y universidades, así como ligas y asociaciones de consumidores, que desarrollen iniciativas orientadas a promover, difundir, divulgar, fortalecer y gestionar la protección a las personas consumidoras de bienes y servicios, en diferentes zonas del territorio nacional.



¿QUÉ PUEDE HACER LA SIC SI SOY UNA PERSONA EXTRANJERA?


Los consumidores tanto nacionales como extranjeros podrán obtener ante la SIC la debida orientación en la protección y cumplimiento de sus derechos.

En lo que a servicios turísticos se refiere, el consumidor extranjero puede interponer su queja ante la SIC o ante la agencia de su país natal contra algún proveedor colombiano, a la cual se le dará el debido trámite en aras de preservar los derechos del consumidor.

Para facilitar los canales de comunicación, la SIC cuenta con casas de consumidor en las principales ciudades del país.



**PROFECO, LA
PROCURADURÍA
FEDERAL DEL
CONSUMIDOR DE
MÉXICO**



¿QUÉ ES LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR DE MÉXICO?

LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR DE MÉXICO, PROFECO, ES UN ORGANISMO DESCENTRALIZADO DE SERVICIO SOCIAL CON PERSONALIDAD JURÍDICA Y PATRIMONIO PROPIO, CON FUNCIONES DE AUTORIDAD ADMINISTRATIVA, ENCARGADA DE PROMOVER Y PROTEGER LOS DERECHOS E INTERESES DEL CONSUMIDOR Y PROCURAR LA EQUIDAD Y SEGURIDAD JURÍDICA EN LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES.

La **PROFECO** tiene como misión empoderar a las y los consumidores mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos y la confianza ciudadana, promoviendo un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, a fin de corregir injusticias del mercado, fortalecer el mercado interno y el bienestar de la población.

La visión de **PROFECO** es ser una institución cercana a la gente, efectiva en la protección y defensa de las personas consumidoras, reconocida por su estricto apego a la ley, con capacidad de fomentar la igualdad, la no discriminación, la participación ciudadana, y la educación para un consumo responsable.

Los objetivos de la **PROFECO** son proteger y defender los derechos de las y los consumidores, así como generar una cultura de consumo responsable e inteligente; proporcionando información oportuna y objetiva para la toma de decisiones de consumo e implementar métodos de atención pronta y accesible a la diversidad de consumidoras y consumidores mediante el uso de tecnologías de la información.

En la actualidad **PROFECO** cuenta con un total de 38 Oficinas de Defensa del Consumidor, en las que la institución atiende a los consumidores de todo el país en los estados.

¿CÓMO ME AYUDA LA PROFECO?

PROCESO Y REQUISITOS DE QUEJAS Y DENUNCIAS

QUEJA

Es una reclamación formal cuando un proveedor perjudica directamente a la persona consumidora al no respetar los términos y condiciones en que esta contrata un servicio o adquiere un bien. Por ejemplo, que los proveedores no respeten la garantía de un producto que vendieron en malas condiciones, que una aerolínea se niegue a prestar el servicio pagado o cuando se cobra una tarifa más alta que la correspondiente al consumo o lo acordado por ambas partes.

Para levantar una queja, es necesario acudir personalmente a la Oficina de Defensa del Consumidor (ODECO) más cercana (<https://www.gob.mx/profeco/acciones-y-programas/oficinas-de-defensa-del-consumidor-en-el-pais>).

Si la persona consumidora se encuentra fuera del país y ha realizado alguna transacción con alguna empresa mexicana que le haya incumplido, también puede presentar su queja vía telefónica o por internet a través del Departamento de Conciliación a Residentes en el Extranjero (CARE) (<https://www.gob.mx/profeco/documentos/concilia-desde-el-extranjero?state=published>),

El procedimiento abarca desde la presentación de la queja, hasta el acuerdo entre la persona consumidora y el proveedor. La persona consumidora será acompañada durante todo el proceso por un abogado/da conciliador de la Profeco. El acuerdo puede resultar en la restitución o devolución del monto pagado por el bien o servicio o, en su caso, la bonificación o indemnización por daños ocasionados a la persona consumidora.

También se puede proceder en línea con las empresas que se encuentran registradas en los programas Concilianet y Conciliaexpres de la PROFECO (<https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/inicio.jsp>).

DENUNCIA

La persona consumidora puede exponer ante **PROFECO** actos u omisiones de un proveedor o prestador de servicios que afecta los intereses de una porción de la sociedad. Por ejemplo, si un establecimiento no cuenta con las medidas de seguridad adecuadas, si no tiene sus precios exhibidos o no los respetan, si no se dan kilos de a kilo o litros de a litro o si un producto se anuncia usando publicidad engañosa, entre muchos otros casos.

En respuesta a la denuncia, la **PROFECO** realizará una visita de verificación al proveedor, y si se constata que, efectivamente, lesiona los derechos de los consumidores y consumidoras, será sancionado para que no siga cometiendo abusos.

En este caso, el o la denunciante no está obligado a presentar pruebas de la falta ni se le pedirán sus datos personales. Lo único que hay que hacer es describir la situación de manera breve y con todos los datos posibles, además del nombre del proveedor, el producto, servicio, falta detectada, domicilio o lugar y fecha.

ALGUNOS DATOS DE LA PROFECO

En 1976 México se convirtió en el primer país latinoamericano en crear una Procuraduría Federal del Consumidor y el segundo en promulgar una Ley Federal de Protección al Consumidor.

A través de las Oficinas de Defensa del Consumidor ubicadas a lo largo del territorio nacional, Profeco atiende a las y los consumidores de todo el país. En el año 2021 se recibieron un total de 77,729 denuncias, de las cuales 30,362 obtuvieron un resultado conciliatorio satisfactorio, lo cual significa el 39% del total de denuncias conciliadas.

Profeco dispone de órganos como la Subprocuraduría de Telecomunicaciones encargada de salvaguardar los derechos de las personas que consumen bienes y servicios de Telecomunicaciones, y la Subprocuraduría de Verificación y Defensa de la Confianza cuyo objetivo es procurar el cumplimiento de las disposiciones legales que son competencia de **Profeco**.⁶



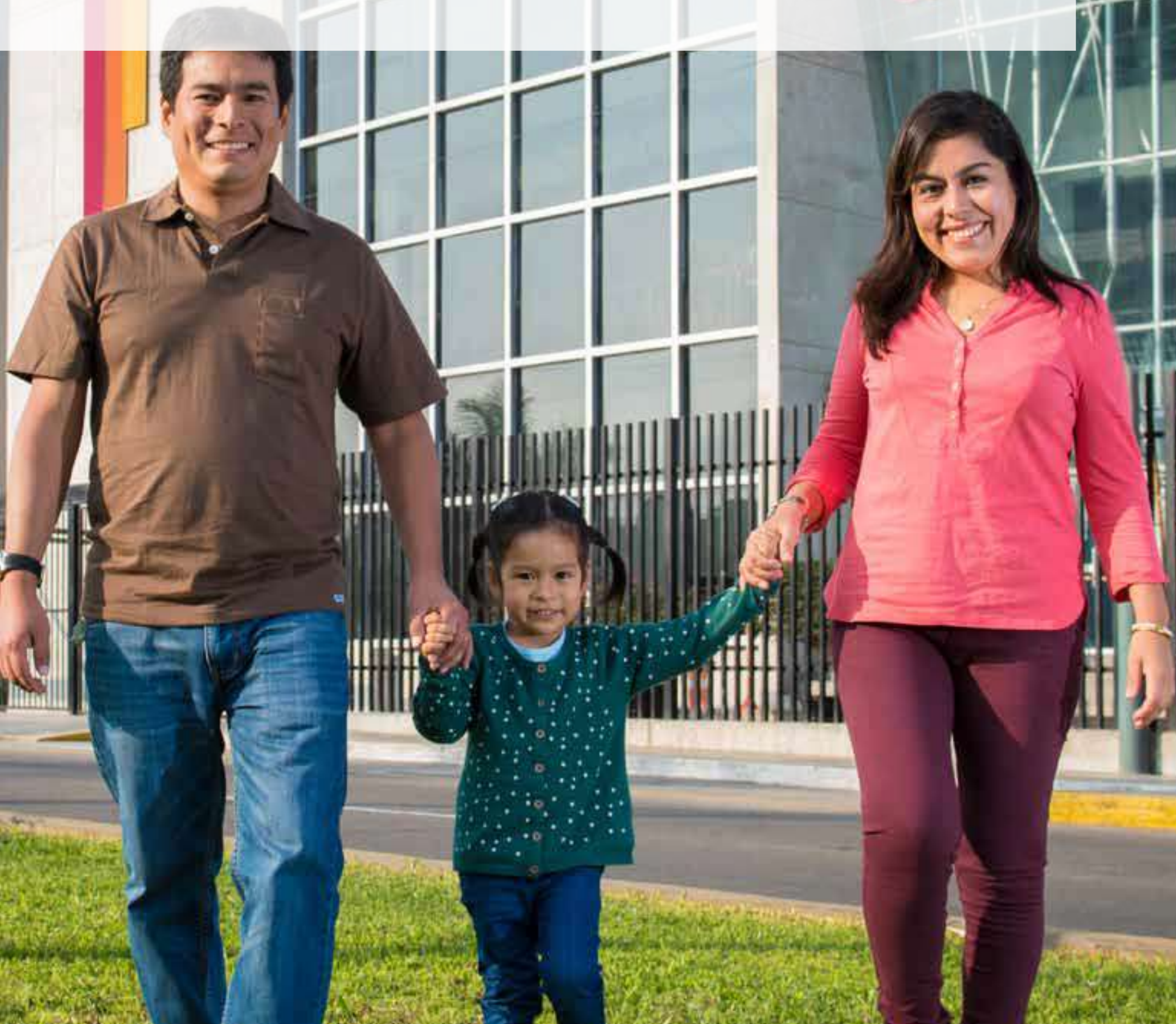
⁶ Cálculo realizado con datos obtenidos de datos.gob.mx/busca/organization/profeco, categorizados con base en su estado. Consultado el 22 de noviembre de 2022.



¿QUÉ PUEDE HACER LA PROFECO SI SOY UNA PERSONA EXTRANJERA?

A través del Departamento de Conciliación a Residentes en el Extranjero (CARE), protege los derechos de las y los consumidores aun cuando vivan fuera de la República Mexicana. No importa su nacionalidad, si la persona consumidora adquirió algún bien o contrató algún servicio con un proveedor regulado por leyes mexicanas y no está satisfecha con el producto o servicio, la persona consumidora es asesorada, y de ser el caso, el Departamento de CARE facilita procedimientos de conciliación entre las partes de forma gratuita.

INDECOPI, INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DEL PERÚ



¿Qué es el INDECOPI?

EL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (INDECOPI) ES UN ORGANISMO PÚBLICO ESPECIALIZADO ENCARGADO DE PROPICIAR EL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO, EN BENEFICIO DE LA CIUDADANÍA, CONSUMIDORES Y EMPRESARIOS, MEDIANTE LA DEFENSA DE LAS Y LOS CONSUMIDORES, LA PREVENCIÓN Y FISCALIZACIÓN DE PRÁCTICAS RESTRICTIVAS DE LA LIBRE Y LEAL COMPETENCIA Y LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.



En ese sentido, el INDECOPI trabaja para que la ciudadanía se beneficie de un mercado que opere sin distorsiones, a través de una labor técnica, proactiva, oportuna, predecible y confiable, la misma que garantiza un entorno de libre y leal competencia en el que se respetan los derechos de los consumidores, así como los derechos de propiedad intelectual.

Respecto a la protección y defensa del consumidor, el INDECOPI es la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y ente rector del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor del Perú, por lo que se encarga de atender los reclamos y denuncias por infracciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor, sanciona al proveedor y otorga una solución a la persona consumidora afectada.

¿CÓMO ME AYUDA EL INDECOPI?

EN EL SUPUESTO QUE YA EXISTA UNA CONTROVERSIA DE CONSUMO, EL INDECOPI, A TRAVÉS DE LA SUBDIRECCIÓN DE ATENCIÓN AL CIUDADANO PONE A DISPOSICIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES LAS SIGUIENTES HERRAMIENTAS: EL RECLAMO, EL ARBITRAJE DE CONSUMO Y LA DENUNCIA Y. ESTAS HERRAMIENTAS PUEDEN EMPLEARSE DE FORMA INDISTINTA POR LAS Y LOS CONSUMIDORES; SIN EMBARGO, SE PROMUEVE QUE SE INICIE CON LA PRESENTACIÓN DE UN RECLAMO, EL CUAL GENERA QUE SE BRINDE EL SERVICIO DE MEDIACIÓN Y CONCILIACIÓN, DE FORMA GRATUITA Y RÁPIDA. ASÍ, LA SUBDIRECCIÓN DE ATENCIÓN AL CIUDADANO ENVÍA EL RECLAMO AL PROVEEDOR PARA QUE PUEDA BRINDAR UNA RESPUESTA, Y SI ESTA NO ES SATISFACTORIA ENTONCES SE DA LA POSIBILIDAD AL CONSUMIDOR DE QUE PUEDA OPTAR POR LA CONCILIACIÓN, LA CUAL ES VOLUNTARIO Y PERMITE A LAS PARTES LLEGAR A UNA SOLUCIÓN CONSENSUADA CON LA INTERVENCIÓN DEL INDECOPI.

La segunda herramienta, el arbitraje de consumo, constituye un mecanismo de solución de controversias voluntario, por lo que es necesario contar con la aceptación del proveedor de someter la controversia al arbitraje de consumo para que esta se pueda solucionar a través de este mecanismo. El arbitraje de consumo es gratuito, y todo consumidor puede solicitar su inicio a través del llenado de un formulario que se pone a su disposición.

La tercera herramienta es la denuncia administrativa, por la cual se da inicio a un procedimiento administrativo sancionador por infracción a las normas de protección al consumidor el cual es analizado y resuelto por los órganos especializados de protección a las y los consumidores del **INDECOPI**.



Dicho procedimiento administrativo podrá culminar con la imposición de una sanción al proveedor, así como con el dictado de medidas correctivas reparadoras y complementarias a favor de la persona consumidora (las primeras se encuentran destinadas a resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas por la infracción y las segundas se encuentran destinadas a revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente).

Es importante tomar en cuenta que no es necesario contar con un abogado para iniciar reclamos o denuncias.

Adicionalmente, el **INDECOPI** también puede iniciar procedimientos administrativos sin que se haya interpuesto una denuncia, en aquellos casos en que a través de una supervisión concluya que existe una posible vulneración a los derechos colectivos o difusos de las y los consumidores.

En el ámbito preventivo, el **INDECOPI** actúa a través de actividades de orientación, información y difusión enfocadas a consumidores y proveedores. Asimismo, cuenta con un Centro Especial de Monitoreo – CEMI, que constantemente recoge información de los reportes ciudadanos que se realizan a través de las redes sociales, de los formularios y correos electrónicos que ponemos a disposición para promover la vigilancia ciudadana, y de los reclamos que recibe el INDECOPI, la cual le permite generar acciones preventivas y gestionar cualquier potencial conflicto que pueda suscitarse en materia de protección al consumidor.

Algunos datos del INDECOPI

DURANTE EL **2021:**

EL **INDECOPI** BRINDÓ **498,200 ASESORÍAS** EN TEMAS DE SU COMPETENCIA, INCLUYENDO **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**.

EL **INDECOPI** CAPACITÓ A **8,332 PERSONAS** EN MATERIA DE CONSUMO (A CONSUMIDORES, PROVEEDORES, TRABAJADORES DE MERCADOS DE ABASTOS, MYPES, ENTRE OTROS).

AMPLIFICA LA VOZ DE LA ESCUCHA CIUDADANA A TRAVÉS DE SU CENTRO ESPECIAL DE MONITOREO (CEMI) REGISTRANDO **145 983 REPORTES DE LOS Y LAS CIUDADANAS**, INCIDIENDO EN **37 REPORTES DE ALERTA** PARA POSIBLES ACCIONES DE FISCALIZACIÓN.

PROFUNDIZÓ EL CONOCIMIENTO DE LA EXPERIENCIA CIUDADANA EN LA DEFENSA DE SUS DERECHOS PARA MEJORARLA, ASÍ REALIZÓ **24 RADIOGRAFÍAS CIUDADANAS** (UNA POR CADA DEPARTAMENTO DEL PERÚ), ENTREVISTÓ A 1 130 CIUDADANOS Y CIUDADANAS QUE TUVIERON EXPERIENCIA DE RECLAMOS EN EL INDECOPI Y REALIZÓ UNA ENCUESTA DE BIENESTAR CIUDADANO A 563 CONSUMIDORES.

EL SISTEMA DE ALERTAS DE PRODUCTOS RIESGOSOS ALCANZÓ LAS **70 ALERTAS** FAVORECIENDO POTENCIALMENTE A 79,252 PERSONAS, CONSIDERANDO LA CANTIDAD DE PRODUCTOS PELIGROSOS INVOLUCRADOS EN LOS RETIROS. ASIMISMO, DESARROLLÓ LA **HERRAMIENTA “OXICHECK”** SOBRE INFORMACIÓN DE PROVEEDORES DE OXÍGENO.

LA **HERRAMIENTA “MIRA A QUIÉN LE COMPRAS”** (DONDE SE REGISTRAN A LOS PROVEEDORES SANCIONADOS POR INFRINGIR LAS NORMAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR), FUE **REVISADA 136,929 VECES** POR LAS Y LOS CONSUMIDORES.

PUSO A DISPOSICIÓN DE LOS Y LAS CONSUMIDORES HERRAMIENTAS INFORMATIVAS ORIENTADAS PARA UNA MEJOR DECISIÓN DE CONSUMO (DESTACANDO GUÍAS COMO #CHECATUPRECIO, #CHECATUCOMPRA, #MENUALTERNATIVO) Y **06 PUBLICACIONES DE RUTA SEGURA** A FIN DE PREVENIR OCURRENCIA DE CONFLICTOS PRINCIPALMENTE EN HOSPEDAJES, RESTAURANTES Y AGENCIAS DE VIAJES.

LA **RADIO INDECOPI** OFRECIÓ **123 PROGRAMAS** RADIALES EXCLUSIVOS EN MATERIA DE **PROTECCIÓN** A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS.

SE PRESENTARON **110,817 RECLAMOS** ANTE LA SUBDIRECCIÓN DE **ATENCIÓN AL CIUDADANO** (SBC) DEL **INDECOPI**.

LAS Y LOS CONSUMIDORES PRESENTARON **26,562 DENUNCIAS** ANTE LOS DIVERSOS ÓRGANOS RESOLUTIVOS DEL **INDECOPI**, A NIVEL NACIONAL, EN MATERIA DE **CONSUMO**.

SE IMPULSÓ EL **SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO**, A TRAVÉS DE LA JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO PILOTO, REPORTANDO 2 188 CONSULTAS Y RECIBIENDO **2,814 SOLICITUDES** DE ARBITRAJE.

IMPULSÓ LAS BUENAS PRÁCTICAS A TRAVÉS DEL **PREMIO PRIMERO LOS CLIENTES**, PREMIANDO **18 BUENAS PRÁCTICAS** QUE FUERON MÁS ALLÁ DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO.

INICIÓ **1,445 FISCALIZACIONES** EN MATERIA DE **PROTECCIÓN DE LA PERSONA CONSUMIDORA** Y REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL FOCALIZADAS EN SECTORES SENSIBLES PARA LA CIUDADANÍA.

LIDERÓ EL **CONSEJO NACIONAL DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR** (CNPC), EN EL QUE PARTICIPA CON OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS CUYOS SERVICIOS TIENEN INCIDENCIA EN LA PROTECCIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES, Y ORGANIZÓ **10 SESIONES ORDINARIAS Y 04 SESIONES EXTRAORDINARIAS**, EN LAS QUE SE ABORDARON DIVERSAS ACCIONES EN PRO DE LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN LAS CUALES SE PROPUSO LA NUEVA POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR AL 2030 Y EL INFORME ANUAL SOBRE EL ESTADO DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES, INCLUYÉNDOSE EL MONITOREO AL TOTAL DE MUNICIPALIDADES DEL PERÚ.

Algunos Consejos a las y los **Consumidores**

Infórmate adecuadamente antes de comprar, si tienes dudas haz todas las preguntas que necesites. Si te parece suspicaz o demasiado bueno para ser cierto, busca la opción que te entregue mayor seguridad.

Recuerda guardar los comprobantes de pago, así como los documentos en los que se encuentren los términos y condiciones.

De ser posible, reclama primero directamente al proveedor, puedes hacerlo a través de los canales de atención establecidos para ello o por el Libro de Reclamaciones. Puede tratarse de una situación fácilmente subsanable.

RECOMENDACIONES GENERALES

Apoyemos un consumo sostenible y atento al medio ambiente

Las agencias gubernamentales de protección a las personas consumidoras de los países miembro de la Alianza del Pacífico recomendamos buscar la sustentabilidad de la producción y el consumo, es decir, la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras de manera económica, social y ambientalmente responsable. ¡Infórmate sobre los impactos ecológicos de los productos y servicios que están ofreciendo!



¿QUÉ PUEDE HACER EL **INDECOPI** SI SOY UNA PERSONA EXTRANJERA?

El **INDECOPI** no diferencia entre nacionales y extranjeros para acceder a sus servicios, por lo que atiende todos aquellos casos en los que las relaciones de consumo se celebren en el territorio nacional o cuando sus efectos se produzcan en éste.

Finalmente, es importante precisar que el **INDECOPI** cuenta con presencia nacional en todas las regiones del Perú y múltiples oficinas en la ciudad de Lima, incluyendo una en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez en el Callao y en el Aeropuerto Alejandro Velasco Astete en Cusco.

Gocemos de un comercio electrónico justo

Gracias a las enormes posibilidades que entrega la era digital, hoy podemos adquirir productos en lugares remotos con un solo clic, lo cual es un tremendo beneficio para las y los consumidores.

Con el fin de que estas ventajas que brinda Internet no se conviertan en pesadillas, las agencias gubernamentales de protección al consumidor de los países miembro de la Alianza del Pacífico están dirigiendo esfuerzos para propiciar una efectiva protección de las y los consumidores, así como la de sus datos personales, en el contexto del comercio electrónico.

Hacer uso de los canales existentes para dirigir consultas, reclamos y quejas en los distintos países es imprescindible para conocer las prácticas irregulares que se emplean en el comercio electrónico y para brindar una protección efectiva en estos casos.

Para un consumo responsable

Las agencias gubernamentales de protección al consumidor de los países miembro de la Alianza del Pacífico propician una cultura de consumo responsable. ¡No compres de más! Calcula lo que necesitas, harás un bien al planeta y a la sociedad.

