

CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**

**SERIE AMÉRICA**



**Carpeta  
Informativa**

**CI**

**Reunión de la Comisión de Servicios  
Públicos y Defensa del Usuario  
y el Consumidor del Parlamento  
Latinoamericano y Caribeño**

Ciudad de Panamá, Panamá  
24 y 25 de mayo de 2018



**N°34**



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



# **REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO**

Ciudad de Panamá, Panamá  
24 y 25 de mayo de 2018



Serie: América

N° 34



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





**REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DEFENSA DEL USUARIO Y  
EL CONSUMIDOR DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO**

**Ciudad de Panamá, Panamá**

**24 y 25 de mayo de 2018**

**ÍNDICE**

<b>I. Información General.</b>	4
<b>II. Delegación Permanente del Senado Mexicano.</b>	10
<b>III. Programa de la Reunión.</b>	14
<b>IV. Ficha Técnica de la República de Panamá.</b>	18
• Situación Económica.	22
• Política Interior.	24
• Política Exterior.	28
• Relaciones Parlamentarias México – Panamá.	29
• Relaciones Bilaterales México – Panamá.	30
• Relaciones Comerciales México-Panamá.	33
• Cuadro Comparativo de Indicadores Económicos y Sociales entre México y Panamá.	36
• Tratados Bilaterales México-Panamá.	37
• Notas sobre Ceremonial y Protocolo.	38
<b>V. Documentos de Apoyo.</b>	40
• Resumen del Acta de la XXVIII Reunión de la Comisión de Servicios Públicos y Defensa del Usuario y el Consumidor del Parlamento Latinoamericano y Caribeño. República de Panamá, 15 y 16 de septiembre de 2017.	42
• Nota Informativa. El Impacto del Cambio Climático en los Sistemas Alimentarios. Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques del Senado mexicano.	44
• Nota Informativa. Protección de la Dignidad y el Honor de las Personas en las Redes Sociales. Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques del Senado mexicano.	47
• Evaluación y Seguimiento de las Leyes Modelo Adoptadas por el Parlatino en Materia de Servicios Públicos.	55
• Ley Marco de Defensa del Usuario y Consumidor. Aprobada por la Comisión de Defensa del Usuario y del Consumidor del Parlatino durante la 5ª Sesión Ordinaria en la Ciudad de Panamá, República de Panamá, el 04 de mayo de 2006.	56
<b>VI. Ficha País México.</b>	110
<b>VII. Anexo.</b>	142
• Nota de Coyuntura. El Impacto Global de la Regulación Europea en Materia de Datos Personales. Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques del Senado mexicano.	144



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



# I. Información General



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



## INFORMACIÓN GENERAL

---



### **Embajada de México en Panamá**

Embajador José Ignacio Piña Rojas.

**Correo:** embamexpan@cwpanama.net

**Twitter:** @EmbaMexPan

**Dirección:** Av. Samuel Lewis y Calle 58, Edif. ADR,  
Piso 10, Obarrio, Panamá, República de Panamá.

**Teléfono:** (507) 263-4900.

**Teléfono de emergencia:** (507) 6704-6215.



Embajada de México en Panamá



### **Embajada de Panamá en México**

Embajador Manuel Ricardo Pérez González

**Correo:** embpanamamexico@mire.gob.pa

**Dirección:** Sócrates 339, Col. Polanco, Delegación Miguel Hidalgo, 11560, Ciudad de México.

**Teléfono:** 5280-8222

**Twitter:** @embpanmx



### **Parlamento Latinoamericano y Caribeño**

**Dirección:** Panamá, Ave. Principal de Amador, Edificio Parlamento Latinoamericano. Apartado Zona 4, Panamá Ministerio R.R.E.E., casilla 1527.

**Teléfono:** (507) 201-9000 / 201-9028

**Correo:** info@parlatino.org



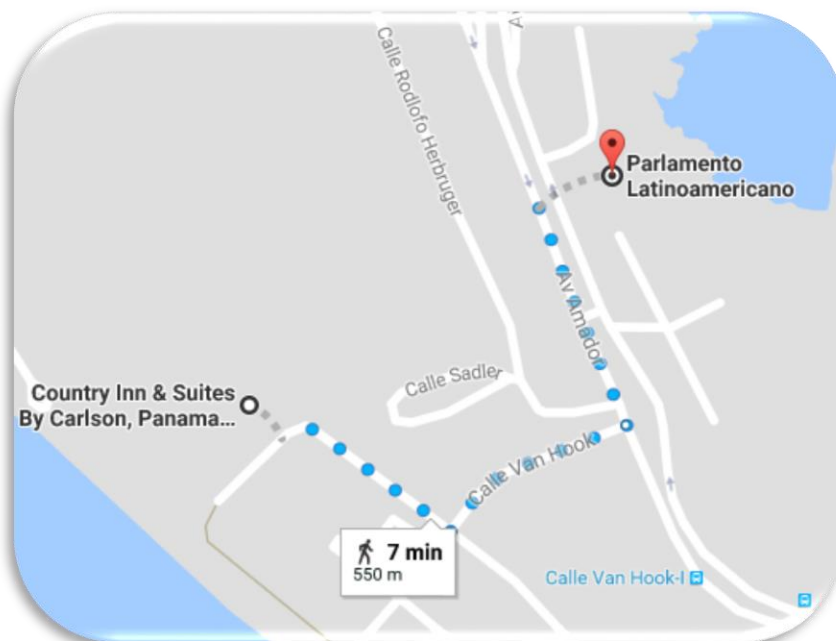
### **Hotel Country-Inn de Amador**

**Dirección:** Avenida Amador y Avenida Pelicano. Ciudad de Panamá, 8001, Panamá.

**Teléfono:** +1 (507) 211-4500

**Correo:** cx\_pcan@countryinns.com

**Sitio web:** www.countryinns.com



Mapa de ubicación del hotel sede respecto al edificio del Parlamento Latinoamericano y Caribeño

**Diferencia de horario:** No hay diferencia de horario.

**Tipo de cambio al 21 de mayo de 2018:** 1 dólar/balboa – 19.85 pesos mexicanos (Banco de México).

### Pronóstico del clima para la ciudad de Panamá, Panamá



### Recomendaciones de la Guía del Viajero de la Secretaría de Relaciones Exteriores

En mayo de 2015 se informó de la primera transmisión local de la infección por el virus Zika en América del Sur y posteriormente en Centroamérica, por lo que se recomienda a las personas que viajen a Panamá usar repelente que contenga DEET, Picaridina/KBR o Citrulina a concentraciones suficientes sobre la piel expuesta, en caso de combinar con bloqueador solar la aplicación debe ser en orden (primero el bloqueador y después el repelente).

Otras recomendaciones son usar ropa de mangas largas, pantalón y calcetines o cubrir todas las áreas expuestas de la piel con repelente; y permanecer en lugares con ventilación constante o aire acondicionado.

### Voltaje:

- Voltaje: 120 V
- Frecuencia: 60 Hz
- Clavijas: tipo A / B

Las clavijas a utilizar en Panamá son del tipo A / B:



Tipo A: “Clavijas japonesas A”



Tipo B: A veces válido para “Clavijas A”

Ambas clavijas son las de uso común en México.



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





## II. Delegación Permanente del Senado Mexicano



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



## DELEGACIÓN PERMANENTE DEL SENADO MEXICANO



**Oaxaca**

[adolfo.romero@senado.gob.mx](mailto:adolfo.romero@senado.gob.mx)

[@SenadorAdolfo](#)

### Senador Adolfo Romero Lainas

- Vicepresidente de la Mesa Directiva del Senado de la República.



**Tlaxcala**

[martha.palafox@senado.gob.mx](mailto:martha.palafox@senado.gob.mx)

[@MarthaPalafoxG](#)

### Senadora Martha Palafox Gutiérrez

- Secretaria de la Mesa Directiva del Senado de la República.
- Secretaria de la Comisión de Reforma Agraria.
- Secretaria de la Comisión de Salud.
- Secretaria de la Comisión de Agricultura y Ganadería.
- Integrante de la Comisión de Vivienda.
- Integrante de la Comisión de Educación.
- Integrante del Comité de Garantía de Acceso y Transparencia de la Información del Senado de la República.
- Integrante de la Comisión Especial de Productividad.



**Colima**

[hildaceballosllorenas@senado.gob.mx](mailto:hildaceballosllorenas@senado.gob.mx)

[@Hilda\\_Senadora](#)

### Senadora Hilda Ceballos Llerenas

- Integrante de la Comisión de Salud.
- Integrante de la Comisión de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Integrante de la Comisión de Comunicaciones y Transportes.
- Integrante de la Comisión de Familia y Desarrollo Humano.



**Guerrero**

[esteban.albarran@senado.gob.mx](mailto:esteban.albarran@senado.gob.mx)

[@Esteban\\_AM](https://twitter.com/Esteban_AM)

### **Senador Esteban Albarrán Mendoza**

- Secretario de la Comisión de Población y Desarrollo.
- Integrante de la Comisión de Hacienda y Crédito Público.
- Integrante de la Comisión de Desarrollo Rural.
- Integrante de la Comisión de Gobernación.
- Integrante de la Comisión de Desarrollo Municipal.



**Aguascalientes**

[jesussantana@senado.gob.mx](mailto:jesussantana@senado.gob.mx)

[@ChuySantanaAgs](https://twitter.com/ChuySantanaAgs)

### **Senador José de Jesús Santana García**

- Presidente de la Comisión de Reglamentos y Prácticas Parlamentarias.
- Secretario de la Comisión de Relaciones Exteriores Organismos No Gubernamentales.
- Secretario de la Comisión Especial para el Diagnóstico y Reflexión sobre el texto que conforma la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Integrante de la Comisión de Relaciones Exteriores.
- Integrante de la Comisión de Comercio y Fomento Industrial.
- Integrante de la Comisión de Gobernación.



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



## III. Programa de la Reunión





CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





**REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, DEFENSA DEL USUARIO Y DEL CONSUMIDOR DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO**

**Panamá, 24 y 25 de mayo de 2018**

**AGENDA**

<b>23 DE MAYO</b>	
	Llegada de los Parlamentarios, traslado al hotel.
<b>24 DE MAYO</b>	
08:30	<b>Traslado de los Parlamentarios a la Sede Permanente.</b>
09:00 – 10:00	<p><b>Acto de instalación de las comisiones de:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Agricultura, Ganadería y Pesca,</b></li> <li>• <b>Seguridad Ciudadana, Combate y Prevención al Narcotráfico, Terrorismo y Crimen Organizado,</b></li> <li>• <b>Asuntos Políticos, Municipales y de la Integración,</b></li> <li>• <b>Medio Ambiente y Turismo, y</b></li> <li>• <b>Servicios Públicos, Defensa del Usuario y del Consumidor</b></li> </ul> <p><b>Autoridades del Parlamento Latinoamericano</b>  <b>Dip. Elías Castillo, Presidente.</b>  <b>Dip. Pablo González, Secretario General.</b>  <b>Dip. Rolando González Patricio, Secretario de Comisiones.</b>  <b>Sen. Juan Mario Pais, Secretario Alterno de Comisiones.</b>  <b>Dr. Humberto Peláez, Secretario Ejecutivo.</b></p> <p><b>Presentación de FAO sobre el Impacto del Cambio Climático en los sistemas alimentarios (15")</b></p>



10:00 – 11:00	<b>Tema I</b> <b>Protección de la dignidad y el honor de las personas en las redes sociales.</b>
11:00 – 11:15	<b>Receso.</b>
11:15 – 13:00	<b>Continuación del tema I.</b>
13:00 – 14:30	<b>Almuerzo.</b>
14:30 – 16:00	<b>Tema II</b> <b>Evaluación y seguimiento de las leyes Modelo adoptadas por el Parlantino en materia de Servicios Públicos.</b>
16:00 – 16:15	<b>Pausa.</b>
16:15 – 18:00	
18:00	<b>Fin de la jornada.</b>
	<b>25 DE MAYO</b>
08:30	<i><b>Traslado de los Parlamentarios a la Sede Permanente.</b></i>
09:00 – 11:00	<b>Continuación de la reunión.</b>
11:00 - 11:15	<b>Pausa.</b>
11:15 –13:00	<b>Continuación de la reunión.</b>
13:00 – 14:30	<b>Almuerzo.</b>
14:30 – 18:00	<b>Lectura y aprobación del Acta.</b> <b>Fin de la reunión.</b>



## IV. Ficha Técnica de la República de Panamá



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



## REPÚBLICA DE PANAMÁ FICHA TÉCNICA

---



**Bandera<sup>1</sup>**



**Escudo<sup>2</sup>**



**Ubicación geográfica de Panamá**

---

<sup>1</sup> La bandera de Panamá fue adoptada por la Ley 4 de 1925 de la Asamblea Nacional y ratificada en el Artículo 6 de la Constitución de 1946. Está dividida en cuatro cuarteles (partes de igual dimensión): el rojo simboliza al Partido Liberal; y el azul al Partido Conservador; ambos eran los partidos tradicionales de la época. Los cuarteles restantes son blancos y representan la paz y en cada uno de ellos hay una estrella: la azul simboliza la pureza y la honestidad que deberá normar la vida cívica de la Patria; y la estrella roja representa la autoridad y la ley.

<sup>2</sup> El escudo de armas fue aprobado en la Ley 64 del 4 de junio de 1904 y fue elaborado por el artista Sebastián Villalaz. El escudo descansa sobre un campo verde, símbolo de la vegetación, de forma ojival y está dividido en tres secciones. En el centro se observa el istmo, sus mares y el cielo, en donde descansa la luna que se eleva en ondas y el sol que empieza a esconderse tras del monte, marcando la hora del grito de su independencia. La parte superior está dividida en dos cuarteles en donde se ven colgados una espada y un fusil como símbolo de renuncia a la guerra; y sobre el campo de gules (en heráldica color rojo intenso) se contempla una pala y un azadón cruzados para simbolizar el trabajo. La punta del escudo también se divide en dos: del lado derecho en azul muestra un cuerno, símbolo de la riqueza y del lado izquierdo muestra la rueda alada, símbolo del progreso. Detrás del escudo y cubriéndolo con sus alas abiertas está un águila, emblema de la soberanía con la cabeza mirando hacia la izquierda, que lleva en el pico una cinta con el lema "PRO MUNDO BENEFICIO". Consultado el 14 de julio de 2016 en la URL: <https://panamahistoriaayfolclore.wordpress.com/2011/11/01/historia-del-escudo-nacional/>.

**Nombre oficial:** República de Panamá.

**Superficie Total:** 78,200 km<sup>2</sup>.

**Límites:** El país está situado al sureste del Istmo centroamericano y a siete grados al norte del Ecuador. Limita al norte con el Océano Atlántico (mar Caribe), al sur con el Océano Pacífico, al este con Colombia y al oeste con Costa Rica.

**Geografía:** Panamá es un país tropical situado sobre el Istmo que une a América del Sur con América Central y lo atraviesa el Canal de Panamá. Varias cadenas montañosas cruzan el territorio panameño: la Sierra de Tabasará, la Cordillera de San Blas y la Serranía del Darien. Esta zona montañosa tiene una superficie aproximada de 78,200 km<sup>2</sup>. Panamá cuenta con 1,520 islas, destacando los archipiélagos de San Blas y Bocas del Toro (Caribe) y Las Perlas (Pacífico). En la frontera este, la selva del Darién hace de frontera natural entre Panamá y Colombia.

**División administrativa:** Panamá se divide en 10 Provincias y 5 Comarcas.

Panamá Provincias			
1.- Panamá	4.-Bocas del Toro	7.-Veraguas	10.-Herrera
2.-Panamá Oeste	5.-Chiriquí	8.-Los Santos	
3.-Colón	6.-Darién	9.-Coclé	

Panamá Comarcas Indígenas		
1.-Kuna Yala	3.-Ngöbe-Buglé	5.-Kuna de Madungandi
2.-Emberá-Wounaan	4.-Kuna de Wargandí	

**Otras ciudades:** En el extremo atlántico del Canal junto a la ciudad de Colón (220,000 habitantes) se encuentra un importante centro comercial (Cristóbal) y la Zona Libre. Destaca, asimismo, la ciudad de David, capital de Chiriquí, provincia limítrofe con Costa Rica, con alrededor de 150,000 habitantes.

**Población:**<sup>3</sup> 4.168 millones de habitantes (julio de 2017).

**Capital:** Ciudad de Panamá.

<sup>3</sup> Fondo Monetario Internacional. *Reporte de Estadísticas por País, Panamá*. Consultado el 18 de enero de 2018 en la dirección URL: [http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=84&pr.y=7&sy=2016&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=283&s=NGDP\\_RPCH%2CNGDPD%2CNGDPDPC%2CPCPIEPCH%2CLUR%2CLP&grp=0&a=](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=84&pr.y=7&sy=2016&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=283&s=NGDP_RPCH%2CNGDPD%2CNGDPDPC%2CPCPIEPCH%2CLUR%2CLP&grp=0&a=)



**Idioma:** Español.

**Moneda:** La moneda oficial es el balboa, que circula a la par del dólar estadounidense.

**Religión:** La religión mayoritaria es la católica romana; seguida por la evangélica y la protestante.

**Día Nacional:** Se independizó de España el 28 de noviembre 1821, uniéndose a la Gran Colombia (Venezuela, Colombia, Ecuador y Panamá), y el 3 de noviembre de 1903 de Colombia.

#### **Indicadores Sociales (2017):<sup>4</sup>**

- **Esperanza de vida:** 78.8 años.
- **Tasa de natalidad:** 17.9 nacimientos/1.000 habitantes.
- **Tasa de mortalidad:** 4.9 muertes/1.000 habitantes.

#### **Situación Económica**

De acuerdo con información del Banco Mundial, Panamá, durante la última década, es una de las economías que más rápido han crecido en todo el mundo, con un promedio anual de 7.2% entre 2001 y 2013. Durante 2014 la economía creció 6.1%, con una leve disminución de 5.8% y 5.4% en 2015 y 2016 respectivamente.<sup>5</sup> Esa misma institución prevé que las cifras finales de crecimiento para 2017 y 2018 se mantendrán en 5.4 por ciento, el más alto de Latinoamérica.<sup>6</sup>

De acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), órgano de la Contraloría General de Panamá, la economía del país creció 5.8% en el primer semestre de 2017 en comparación con el mismo período de 2016; dicho crecimiento se vio favorecido por el consumo interno y el sector de los servicios y logística. Entre los principales sectores impulsores del crecimiento se encuentran el transporte, almacenamiento y comunicaciones, el cual aumentó un 12.6%; mientras que el comercio tuvo un crecimiento de 4.7%; y el sector de la construcción creció en un 8.1%. Otros sectores que crecieron durante este periodo fueron la banca y las finanzas (intermediación financiera) con 3.1%; bienes raíces, servicios legales y

---

<sup>4</sup> CIA. The World Factbook. *Panamá*. Con información actualizada al 3 de enero de 2018. Consultado el 18 de enero de 2018, en la URL: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/pm.html>

<sup>5</sup> Banco Mundial. *Panamá: Panorama General*. Consultado el 26 de abril de 2017 en la URL: <http://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview>

<sup>6</sup> *Ídem*. Consultado el 13 de febrero de 2018.



otros en un 3.5%; industria manufacturera 2.1%; así como el sector agropecuario en un 0.2%.<sup>7</sup>

En cuanto a la reducción de la pobreza en los últimos años, Panamá ha logrado grandes avances. Durante el periodo de la crisis financiera global, el Gobierno logró reducir ese indicador de un 26.2% a un 18.7% y la pobreza extrema de 14.5% a 10.2%, lo que significó que 168,000 panameños salieron de la pobreza extrema y casi 300,000 personas superaron la pobreza. A pesar de ello, la pobreza en el país prevalece principalmente en las zonas rurales en casi 27%, en las comarcas es superior al 70%, mientras que en las zonas urbanas la pobreza extrema está por debajo del 4%.<sup>8</sup>

Los ejes estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo establecido por el Presidente Juan Carlos Varela están encaminados a la inclusión y a la competitividad mediante el mejoramiento de la productividad y la diversificación del crecimiento, el aumento de la calidad de vida, el fortalecimiento del capital humano, la ampliación de la infraestructura, y la sostenibilidad del medio ambiente.

**Producto Interno Bruto (PIB)<sup>9</sup>:** \$56.026 billones de dólares (2017 est.).

**Composición del PIB:<sup>10</sup>**

- **Agricultura:** 2.5%
- **Industria:** 15.5%
- **Servicios:** 76.7% (2016 est.)

**Producto Interno Bruto Per Cápita:** \$13,441.467 dólares (2017 est. FMI).

**Comercio Exterior (2017)<sup>11</sup>:**

- **Exportaciones:** \$14.7 billones de dólares.
- **Importaciones:** \$22.08 billones de dólares.

---

<sup>7</sup> Agencia EFE. *La economía de Panamá crece 5,8 % en el primer semestre de 2017*. 13 de septiembre de 2017. Consultado el 18 de enero de 2018 en la URL: <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-economia-de-panama-crece-5-8-en-el-primer-semestre-2017/20000011-3377380>

<sup>8</sup> *Ídem*.

<sup>9</sup> Fondo Monetario Internacional. Reporte de Estadísticas... *Op. cit.*

<sup>10</sup> CIA The World Factbook. *Panamá*. *Op. cit.*

<sup>11</sup> *Ídem*.

### Principales Socios Comerciales (2016):<sup>12</sup>

- **Exportaciones:** Estados Unidos (21.4%), Países Bajos (15.2%), Costa Rica (6 %), China (5.6%) y.
- **Importaciones:** Estados Unidos (25.7%), China (9.2%) y México (5.3%).

**Principales exportaciones:** Frutas y nueces, pescado, residuos de hierro y acero, y madera.<sup>13</sup>

**Principales importaciones:** Combustibles, maquinaria, vehículos, barras de hierro y acero, y productos farmacéuticos.<sup>14</sup>

### Política Interior

La Constitución Política de la República de Panamá fue promulgada en 1972 y enmendada en 1983 y 1994. Establece como forma de Estado la República Presidencialista con un sistema democrático de Gobierno basado en tres poderes separados: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.

A partir de la intervención estadounidense de 1989 desapareció el régimen militar de Omar Torrijos y continuado por Manuel Noriega. Tradicionalmente, en el poder había dos grandes partidos: el Partido Revolucionario Democrático (PRD, de centro-izquierda) fundado por Omar Torrijos y el Partido Panameñista (de centro-derecha), antiguo Arnulfista, fundado por Arnulfo Arias. La alternancia entre esos dos partidos se interrumpió en 2009 con el triunfo del partido Cambio Democrático liderado por Ricardo Martinelli.

En las elecciones presidenciales celebradas el 4 de mayo de 2014, Juan Carlos Varela, líder del Partido Panameñista, resultó ganador con el 39% de la votación y asumió su mandato como Presidente de la República de Panamá el 1 de julio de 2014. Entre las primeras iniciativas del Gobierno del Presidente Varela destacan las dirigidas al agua y el saneamiento, la ampliación de subsidios a los sectores más desfavorecidos de la población, la construcción de viviendas de interés social y la rehabilitación de la ciudad de Colón. En lo económico, sus políticas han ido encaminadas a la reducción del déficit público, el control de precios de los artículos que conforman la canasta básica, y los programas de inversión en infraestructuras.

Actualmente, Panamá es uno de los países con mayor desarrollo de Centroamérica y con mayor crecimiento económico y turístico constante de toda América. Tiene a

---

<sup>12</sup> *Ídem.*

<sup>13</sup> *Ídem.*

<sup>14</sup> *Ídem.*

cargo la administración del Canal de Panamá, cuya ampliación fue inaugurada el 26 de junio de 2016. Cuenta con un centro bancario internacional, centros de llamadas, centros comerciales y una gran diversidad de culturas, con riqueza ecológica destacable y una importante industria turística.

A pesar de ello, el Banco Mundial (BM) coloca a Panamá en la posición número 10 a nivel mundial y la quinta en Latinoamérica de los países más desiguales del mundo. De acuerdo con un estudio elaborado por esa institución, el 25% de los panameños no tiene servicios sanitarios, 5% no tiene agua potable, 11% sufre de desnutrición y otro 11% vive en casas precarias. En cuanto a la desaceleración económica, el Banco Mundial detalla que Panamá es una excepción de la región pues alcanza un crecimiento promedio del 7% en los últimos 10 años.<sup>15</sup>

Igualmente, el Banco Mundial reporta que la ampliación del Canal de Panamá y una serie de megaproyectos han inyectado mayor vitalidad a la economía y se espera la impulsen a crecer de manera sostenida. Esto apoyaría a la reducción de la pobreza. Esta organización financiera internacional recomienda que para ampliar la base de potenciales beneficiarios de la situación económica, Panamá debe alentar aún más la competitividad del sector privado y mejorar el acceso a la educación y la salud.

El Banco Mundial señala que para afrontar esos desafíos, Panamá ha puesto en marcha varios programas para reducir la pobreza e incrementar el acceso a los servicios. El programa de transferencias monetarias condicionadas Red de Oportunidades, por ejemplo, incluye el otorgamiento de \$50 dólares al mes a las madres más pobres para que sus hijos vayan a la escuela y reciban servicios básicos de nutrición y salud. El Gobierno de Panamá también ha destinado recursos adicionales a programas de protección social como “120 a los 70”, por el cual otorga \$120 dólares a más de 100 mil jubilados de más de 70 años que no estén inscritos en planes de pensión, y el programa Beca Universal que otorga una beca mensual de \$20 dólares a 550 mil estudiantes inscritos en escuelas públicas y estudiantes elegibles de centros privados.<sup>16</sup>

## **Estructura del Sistema Político**

**Forma de Estado:** Panamá posee un Gobierno democrático presidencialista, con una República Centralizada. El Poder Público emana del pueblo y se ejerce por medio de tres Órganos: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.

---

<sup>15</sup> Banco Mundial. *Panamá Overview*. Consultado el 13 de febrero de 2018 en la URL: <http://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview>

<sup>16</sup> *Ídem*.

**Poder Ejecutivo:**<sup>17</sup> Formado por el Presidente y el Vicepresidente, elegidos por sufragio universal directo, por un período de cinco años, y 12 ministros. El actual Presidente es Juan Carlos Varela Rodríguez (2014-2019) y la Vicepresidenta de la República y Ministra de Relaciones Exteriores es Isabel de Saint Malo de Alvarado.

**Poder Legislativo:**<sup>18</sup> Está constituido por la Asamblea Nacional de Panamá y tiene como actividad principal la expedición de leyes. La Asamblea Nacional está conformada por 71 Diputados, escogidos mediante postulación partidista y votación popular directa para ocupar el cargo por un período de 5 años. La actual Presidenta de la Asamblea Nacional de Panamá es la Diputada Yaníbel Abrego Smith, por el periodo 2017-2018.

Algunas de las últimas leyes aprobadas por la Asamblea Nacional de Panamá durante la presente Legislatura son: la Ley 53 del 4 de julio de 2017, la cual modifica y adiciona los artículos de la Ley sobre el Conjunto Monumental Histórico del Casco Antiguo de la Ciudad de Panamá; la Ley 69 del 30 de octubre de 2017 con la que se crea un Programa de Incentivos para la Cobertura Forestal y la Conservación de Bosques Naturales y otras disposiciones; la Ley 75 del 15 de noviembre de 2017, la cual establece Medidas para Promover la Alimentación Adecuada y Estilo de Vida Saludable en los Centros Educativos; y la Ley 76 del 1 de diciembre de 2017, por medio de la cual se Aprueba la Enmienda al Artículo 8 del Estatuto de Roma de la Corte Penal Internacional, adoptada en Kampala, el 10 de Junio de 2010.<sup>19</sup>

Algunos temas abordados por la Asamblea Nacional de Panamá recientemente son:<sup>20</sup>

- Proyecto 576: Modifica el Artículo 48 de la Ley 28 de 7 de julio de 1999, por la cual se dicta la Ley Orgánica del Ministerio de Relaciones Exteriores y se establece la Carrera Diplomática y Consular. Tercer debate 3 de enero de 2018.
- Anteproyecto 124: Modifica el Artículo 3 de la Ley 10 de 1992 que establece la educación ambiental en la República de Panamá. 16 de octubre de 2017 (etapa preliminar).

<sup>17</sup> Presidencia de Panamá. Consultado el 18 de enero de 2018 en la URL: <http://www.presidencia.gob.pa/>

<sup>18</sup> Asamblea Nacional de Panamá. Consultado en la URL: <http://www.asamblea.gob.pa/>

<sup>19</sup> Asamblea Nacional de Panamá. *Lista de Proyectos de Ley H.D. Yaníbel Abrego Smith – Presidenta. Cuarto Periodo 2017-2018. Primera y Segunda Legislatura. (Al viernes 12 de enero de 2018)*. Consultado el 18 de enero de 2017 en la URL: <http://www.asamblea.gob.pa/transpasm/12-de-enero-de-2018-Lista-de-Proyectos-de-Ley.pdf>

<sup>20</sup> Asamblea Nacional de Panamá. *Seguimiento Legislativo*. Consultado el 18 de enero de 2018, en la URL: <http://www.asamblea.gob.pa/transpasm/RESUMEN-DE-ANTEPROYECTOS-AL-5-DE-ENERO-DE-2018.pdf>

- Anteproyecto 138: Evita el desperdicio de alimentos en buen estado para que sean donados a instituciones benéficas. 16 de octubre de 2017 (etapa preliminar).

**Poder Judicial:**<sup>21</sup> El Órgano Judicial está constituido por la Corte Suprema de Justicia (nueve magistrados aprobados por la Asamblea Legislativa por un periodo de 10 años), los Tribunales y los Juzgados que la Ley establezca, según la Constitución Política de la República de Panamá (Título VII, Capítulo 1).

**Sistema Electoral:** La Constitución Política de Panamá establece que el sufragio es un derecho y un deber de todos los ciudadanos; el voto es libre, igual, universal, secreto y directo. Para garantizar la libertad, la honradez y eficacia del sufragio popular, se cuenta con un tribunal autónomo e independiente, el Tribunal Electoral. Este órgano se encarga de interpretar y aplicar la Ley Electoral, así como dirigir, vigilar y fiscalizar la inscripción de hechos vitales, defunciones, naturalización y demás hechos y actos jurídicos relacionados con el estado civil de las personas; la expedición de la cédula de identidad personal y las fases del proceso electoral.

**Principales Partidos Políticos:**<sup>22</sup>

Partido Revolucionario Democrático Líder: Benicio Enacio Robinson Grajales	
Partido Panameñista Líder: José Luis Varela R.	
Partido Popular Líder: Juan Carlos Arango Reese	
Partido Cambio Democrático Líder: Rómulo Roux <sup>23</sup> .	
Partido Molirena Líder: Francisco Alemán Mendoza	

<sup>21</sup> Suprema Corte de Justicia. Consultado en la URL: <http://www.organojudicial.gob.pa/>

<sup>22</sup> Tribunal Electoral. Consultado el 13 de febrero de 2018 en la URL: [http://www.tribunalelectoral.gob.pa/elecciones/orgelectoral/org\\_interna.html](http://www.tribunalelectoral.gob.pa/elecciones/orgelectoral/org_interna.html)

<sup>23</sup> Electo el 21 de enero de 2018.





## Política Exterior

La política exterior planteada por el Presidente Juan Carlos Varela Rodríguez está encaminada a promover cuatro principales puntos: la neutralidad del Canal de Panamá; la cooperación regional en materia de seguridad y combate al crimen organizado; integración centroamericana; y continuar desarrollando sus relaciones bilaterales.<sup>24</sup> La neutralidad del Canal de Panamá tiene la finalidad de aprovechar la situación geopolítica para mejorar las relaciones comerciales y poder potenciar el desarrollo económico.

Panamá participa activamente en varios mecanismos de integración regional como el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA); el Parlamento Centroamericano (PARLACEN); el Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla; y el Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica.

Con la Unión Europea, Panamá, junto con los cinco países de Centroamérica, tiene suscrito el Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación, firmado en Roma, Italia, en mayo de 2002.<sup>25</sup>

La política exterior panameña ha seguido tradicionalmente una línea de neutralidad y una capacidad de interlocución con actores variados en la región latinoamericana. Busca ejercer un papel mediador en la región, con una participación activa en los mecanismos regionales de cooperación y una política de relaciones bilaterales que privilegia la interlocución y la solución de controversias mediante el diálogo. El Gobierno panameño refiere que el hito principal que ha constituido como una muestra de esta vocación de neutralidad y mediación fue la Cumbre de las Américas, que Panamá acogió entre el 10 y el 11 de abril de 2015.

---

<sup>24</sup> Informe a la Nación del Presidente Juan Carlos Varela. Gobierno de Panamá. Consultado el 14 de julio de 2016 en la URL: <https://www.presidencia.gob.pa/Noticias/Informe-a-la-Nacion-del-Presidente-Juan-Carlos-Varela-Rodriguez>

<sup>25</sup> Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Consultado el 14 de julio de 2016 en la URL: [http://www.sice.oas.org/ctyindex/PAN/PANAgreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/PAN/PANAgreements_s.asp)



## **RELACIONES PARLAMENTARIAS MÉXICO-PANAMÁ**

México y Panamá coinciden en los siguientes foros parlamentarios: Parlamento Latinoamericano y Caribeño, ParlAmericas, Confederación Parlamentaria de las Américas, Parlamento Centroamericano (Parlacen, en donde México es observador), el Foro de Presidentes y Presidentas de Poderes Legislativos de Centroamérica y la Cuenca del Caribe (FOPREL), y la Unión Interparlamentaria.

Las relaciones del Senado con el Parlamento panameño no son frecuentes. Se han centrado básicamente en una interacción en el marco de los foros parlamentarios regionales.

### **Eventos organizados en el Senado relativos a Panamá**

El 23 de febrero de 2015 se realizó en el Senado de la República un encuentro en el que participaron la Maestra Vanessa Rubio Márquez, entonces Subsecretaria para América Latina y el Caribe de la Secretaría de Relaciones Exteriores; el Doctor Francisco Leopoldo de Rosenzweig, Subsecretario de Comercio Exterior de la Secretaría de Economía; la Embajadora Yanerit Cristina Morgan Sotomayor, Directora General para América Latina y el Caribe de la Secretaría de Relaciones Exteriores; el Ingeniero Diego Hernández, Presidente de la Cámara de Comercio e Industria Panamá-México; y el Maestro Alejandro Martínez Serrano, investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México, así como los Senadores Mariana Gómez del Campo, Presidenta de la Comisión de Relaciones Exteriores América Latina y el Caribe; Gabriela Cuevas, Presidenta de la Comisión de Relaciones Exteriores; Héctor Larios, Presidente de la Comisión de Comercio y Fomento Industrial; María del Rocío Pineda Gochi, Secretaria de la Comisión de Relaciones Exteriores América Latina y el Caribe; y Juan Gerardo Flores, Integrante de la Comisión de Relaciones Exteriores. Durante este encuentro se abordaron asuntos relacionados con el Tratado de Libre Comercio México-Panamá, su proceso de ratificación, y la integración de Panamá y Costa Rica a la Alianza del Pacífico.

El 16 de abril de 2016, la Cámara de Diputados de México y la Asamblea Nacional de Panamá instituyeron el Grupo de Amistad México-Panamá, con el objetivo de construir nuevas y mejores formas de comunicación y cooperación entre ambos países. Está integrado por 10 miembros (3 del PAN, 5 del PRI, 1 del PRD y 1 de MORENA). La Presidenta de este Grupo es la Diputada Marisol González Martínez (Partido Acción Nacional).<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Cámara de Diputados. Grupo de Amistad México-Panamá. Plantilla de Integrantes. Consultado el 17 de mayo de 2018 en la URL: [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII\\_leg/integrantes\\_de\\_comisionlxiii.php?comt=171](http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/integrantes_de_comisionlxiii.php?comt=171)

## RELACIONES BILATERALES MÉXICO-PANAMÁ

México y Panamá establecieron relaciones diplomáticas el 1 de marzo de 1904, fecha en la que nuestro país reconoció a la República de Panamá.<sup>27</sup>

Durante la década de 1980, México y Panamá formaron parte del Grupo Contadora, el cual sentó las bases para los modelos de cooperación y diálogo existentes en la región; son miembros del Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica, y del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla.

El 21 de agosto de 1995, se creó la Comisión Binacional México-Panamá, con el propósito de fomentar los contactos entre ambos países e impulsar la cooperación bilateral en diferentes campos: político, económico, comercial, financiero, así como fortalecer las coincidencias en los ámbitos regional e internacional. A la fecha se han realizado cinco reuniones de la Comisión Binacional: la primera en México en enero de 1996; la segunda en Panamá en julio de 2003; la tercera en la Ciudad de México del 11 al 12 de julio de 2005; la cuarta en febrero de 2014, en la Ciudad de México; y la quinta en la Ciudad de México en noviembre de 2015.

Durante la V Reunión de la Comisión Binacional México-Panamá, los temas abordados fueron: el fortalecimiento de la cooperación en materias académica, diplomática, y de seguridad; la firma de dos memorándums de entendimiento, uno en materia de cooperación en la lucha contra el combate a la delincuencia organizada transnacional, y otro en materia académico-diplomática; así como el fortalecimiento de las relaciones en temas de orden político, económico, comercial, turismo y cooperación técnica y científica.<sup>28</sup>

De acuerdo con la Cancillería mexicana, la relación bilateral México-Panamá se ha fortalecido con las siguientes acciones:<sup>29</sup>

- Apoyo a México para su ingreso como miembro observador del SICA (Sistema de la Integración Centroamericana).
- Ampliación de las facilidades migratorias para personas de negocios y turistas panameños.
- Inauguración de las instalaciones de la sede de la Cámara de Comercio México-Panamá, así como el establecimiento de una Oficina de la Red

---

<sup>27</sup> Secretaría de Relaciones Exteriores. *Manual de Organización de la Embajada de México en Panamá*. Junio de 2011. La presencia consular de México en Panamá data de 1856, con una dependencia administrativa de la delegación de México en Colombia.

<sup>28</sup> Secretaría de Relaciones Exteriores. Consultado en la URL: <http://www.gob.mx/sre/prensa/mexico-y-panama-estrechan-lazos-de-cooperacion>

<sup>29</sup> Secretaría de Relaciones Exteriores, Embajada de México en Panamá. 2015. Consultada el 20 de julio de 2016, en la URL: <https://embamex2.sre.gob.mx/panama/images/pdf/2015/suplemento.pdf>



Interamericana de Comercio, ubicadas en el World Trade Center, ciudad de Panamá.

- Suscripción del Acuerdo Concerniente a la Exoneración del Pago de los Derechos por Servicios de Navegación Aérea a las Naves del Jefe de Estado o de Gobierno en Visita de Estado u Oficiales, así como de las Aeronaves utilizadas por los Integrantes de su Comitiva Oficial (mediante Canje de Notas de 1 de junio y 29 de septiembre de 2005, fecha de entrada en vigencia).
- Tratado de Extradición, firmado en Panamá, el 2 de noviembre de 2004.
- Firma del Acuerdo de Modificación del Convenio sobre Transporte Aéreo suscrito el 14 de febrero de 1996, celebrado mediante Canje de Notas del 11 de octubre de 2005.
- Suscripción del Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI), celebrado en México el 11 de octubre de 2005.

El 18 de octubre de 2013, el Presidente de México, Enrique Peña Nieto, visitó la República de Panamá, en el marco de la XXIII Cumbre Iberoamericana. Durante la reunión, los Mandatarios mexicano y panameño destacaron la importancia de avanzar en los temas prioritarios de la agenda bilateral, regional y multilateral, entre ellos la promoción del Tratado de Libre Comercio entre ambos países.<sup>30</sup>

En reciprocidad a esa visita, los días 24 y 25 de marzo de 2014, el entonces Presidente de Panamá, Ricardo Martinelli realizó una Visita Oficial a México, la cual tuvo como objetivo principal anunciar la firma del Tratado de Libre Comercio entre ambos países, misma que se realizó el 3 de abril de 2014, en el marco del Foro Económico Mundial sobre América Latina, celebrado en Panamá.<sup>31</sup>

El 14 de noviembre de 2016, el Presidente Enrique Peña Nieto recibió a su homólogo de Panamá, el Presidente Juan Carlos Varela quien realizó una visita de Estado a México. En dicha reunión, los mandatarios de ambos países firmaron acuerdos en materia de cooperación agrícola; el fortalecimiento de las capacidades de Panamá y de Centroamérica para conformar una barrera biológica que proteja al ganado en la región; fortalecimiento de la protección de los consumidores; se acordó revisar los mecanismos de cooperación aduanera, fiscal, de aviación civil y seguridad, y se iniciarán negociaciones para alcanzar un acuerdo sobre cooperación y asistencia mutua en asuntos aduaneros.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Nota de Prensa. Presidencia de la República. Consultado el 14 de julio de 2016 en la URL: <http://www.gob.mx/presidencia/prensa/se-reune-el-presidente-enrique-pena-nieto-con-los-mandatarios-de-guatemala-panama-y-costa-rica>

<sup>31</sup> 2º Informe de labores 2013-2014. Presidencia de la República. Consultado el 14 de julio de 2016 en la URL: <http://mexicoenelmundo.senado.gob.mx/documentos/Com-de-Rel-Ext-America-Latina-y-EICaribe/2014.pdf>

<sup>32</sup> Presidencia de la República. *México y Panamá unidos harán frente a los grandes retos globales* (14/11/16). Consultado el 17 de noviembre de 2017, en la página web:



Actualmente, las relaciones bilaterales entre México y Panamá están regidas principalmente por el fortalecimiento de las relaciones diplomáticas; la relación comercial; las inversiones y la Comisión Binacional.<sup>33</sup>

---

<https://www.gob.mx/presidencia/articulos/mexico-y-panama-unidos-haran-frente-a-los-grandes-retos-globales>

<sup>33</sup> Nota de Prensa. Presidencia de la República. Consultado el 14 de julio de 2016 en la URL: <http://www.gob.mx/sre/prensa/canciller-claudia-ruiz-massieu-y-la-vicepresidenta-de-panama-y-ministra-de-relaciones-exteriores-isabel-de-saint-malo-de-alvarado>

## RELACIONES COMERCIALES MÉXICO-PANAMÁ

Para fortalecer las relaciones bilaterales, impulsar el comercio, diversificar las exportaciones y multiplicar las inversiones con otros países, México y Panamá firmaron un Tratado de Libre Comercio. Este acuerdo busca fortalecer el intercambio comercial de bienes y servicios; impulsar las inversiones recíprocas; y consolidar la posición de ambos países como plataformas logísticas de alcance global, sentando las bases para un corredor comercial en el continente americano.<sup>34</sup>

El Tratado se negoció en cinco rondas, que concluyeron formalmente el 24 de marzo de 2014; fue suscrito el 3 de abril de 2014, en la Ciudad de Panamá y aprobado por el Senado mexicano el 12 de marzo de 2015. Entró en vigor el 1 de julio del mismo año.

Con este Tratado, México tendrá acceso inmediato y a corto plazo (5 años) al 72% del universo arancelario acordado de bienes, en productos como: cables de cobre y aluminio, acero, automóviles, autopartes, pinturas, cosméticos y perfumería, aguacate, frambuesas, sémola de trigo, chicles, tequila, mezcal y jugo de naranja. El resto del material arancelario acordado se desgravará paulatinamente.

El Gobierno mexicano estima que el Tratado permitirá profundizar la integración económica entre México y la región Centroamericana-Caribe, fomentar la diversificación de las exportaciones mexicanas y brindar certidumbre jurídica a los flujos de inversión. Cabe mencionar que las economías de México y Panamá son complementarias, Panamá brinda servicios de excelencia mundial y México es una potencia manufacturera.<sup>35</sup>

México y Panamá también tienen suscritos otros acuerdos relacionados con el ámbito comercial y de las inversiones:

- El 11 de octubre de 2005, México y Panamá suscribieron un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI), el cual entró en vigor el 14 de diciembre de 2006.
- Los días 11 y 12 de noviembre de 2009, México y Panamá concluyeron la negociación de un Convenio en Materia de Doble Tributación, en el que se incluye una cláusula de intercambio de información tributaria, con lo cual nuestro país se comprometió a excluir a Panamá del listado de territorios con regímenes fiscales preferentes. El Convenio se suscribió en febrero de 2010.

---

<sup>34</sup> Organización de Estados Americanos (OEA). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Consultado el 19 de julio de 2016, en la URL:

[http://www.sice.oas.org/TPD/MEX\\_PAN/MEX\\_PAN\\_s.ASP](http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_PAN/MEX_PAN_s.ASP)

<sup>35</sup> Secretaría de Relaciones Exteriores, Embajada de México en Panamá. 2015. Consultada el 20 de julio de 2016, en la URL: <https://embamex2.sre.gob.mx/panama/images/pdf/2015/suplemento.pdf>

El 30 de abril de 2010, la Asamblea Nacional de Panamá aprobó el proyecto de ley sobre el Convenio entre México y Panamá para Evitar la Doble Imposición y Prevenir la Evasión Fiscal en Materia de Impuestos sobre la Renta. En el caso de México, la Cámara de Senadores del H. Congreso de la Unión lo aprobó el 19 de octubre de 2010 y entró en vigor el 30 de diciembre del mismo año.

- Por otra parte, Panamá solicitó y obtuvo, con el apoyo de México, la aprobación para su ingreso a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) en 2009. La adhesión de Panamá al Tratado de Montevideo de 1980 (TM 80) se formalizó el 2 de febrero de 2012, mediante el depósito del Instrumento de Adhesión y la suscripción de los protocolos de adhesión a los siete acuerdos regionales en los que participan todos los países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); en consecuencia, Panamá es miembro pleno de dicho organismo a partir del 3 de marzo de 2012.

Actualmente, existen poco más de cien vuelos semanales directos entre México y Panamá. En agosto de 2015 se inauguraron las rutas Panamá-Villahermosa y Puebla-Panamá.<sup>36</sup>

## Comercio

- De acuerdo con la Embajada de México en Panamá entre 2002 y 2014, el comercio entre México y Panamá creció 214%, al pasar de 339 a 1,009.3 millones de dólares (mdd), ubicando a Panamá como el cuarto socio comercial de México en Centroamérica, así como décimo primero en América Latina y el Caribe.
- En 2016, el comercio total entre México y Panamá fue de 949 millones de dólares, siendo las exportaciones mexicanas por un monto de 898.5 millones de dólares y las importaciones por un monto de 50.9 millones de dólares, arrojando un saldo a favor de México de 847.9 millones de dólares.<sup>37</sup>
- En 2016, los principales productos mexicanos exportados hacia Panamá fueron: combustóleo; pantallas planas; pantallas planas para vehículos; tequila; pañales para bebés; pasta de papel; champús; entre otros.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> *Ídem.*

<sup>37</sup> Secretaría de Economía. *Balanza comercial de México con Panamá*. Consultado el 27 de abril de 2017, en la URL: [http://187.191.71.239/sic\\_php/pages/estadisticas/mexico/Q8bc\\_e.html](http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexico/Q8bc_e.html)

<sup>38</sup> Secretaría de Economía. *Principales productos exportados por México a Panamá*. Consultado el 27 de abril de 2017, en la URL: [http://187.191.71.239/sic\\_php/pages/estadisticas/mexico/Q8ppx\\_e.html](http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexico/Q8ppx_e.html)

- En 2016, los principales productos importados por México desde Panamá fueron: combustóleo; máquinas y aparatos para la fabricación de papel o cartón; atunes de aleta amarilla; aceite en bruto; ron; entre otros.<sup>39</sup>
- En 2017, el comercio total entre México y Panamá fue de \$1,025.6 millones de dólares, con un total de exportaciones mexicanas a Panamá de \$915.4 millones de dólares, importaciones provenientes del país centroamericano de \$110.2 millones de dólares, reflejando un superávit en favor de México de \$805.2 millones de dólares.<sup>40</sup>
- México es el tercer socio comercial de Panamá en América Latina y el Caribe; y el sexto a nivel mundial.<sup>41</sup>
- México es el octavo usuario del Canal de Panamá.<sup>42</sup>

## Inversión

### IED de Panamá en México:<sup>43</sup>

- De enero a septiembre de 2017, México tuvo una inversión acumulada de \$1.5 millones de dólares provenientes de Panamá.
- Durante el periodo de 1999 a septiembre de 2017, México tuvo una inversión acumulada de \$ 363.2 millones de dólares.

---

<sup>39</sup> Secretaría de Economía. *Principales productos importados por México procedentes de Panamá*. Consultado el 27 de abril de 2017, en la URL: [http://187.191.71.239/sic\\_php/pages/estadisticas/mexico/Q8ppm\\_e.html](http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexico/Q8ppm_e.html)

<sup>40</sup> Secretaría de Economía. Consultado el 17 de mayo de 2018 en la URL: [http://187.191.71.239/sic\\_php/pages/estadisticas/mexico/Q8bc\\_e.html](http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexico/Q8bc_e.html)

<sup>41</sup> Presidencia de la República. *México y Panamá unidos harán frente a los grandes retos globales*. *Op. cit.*

<sup>42</sup> *Ídem.*

<sup>43</sup> Secretaría de Economía. *Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras*. Consultado el 11 de febrero de 2018 en la URL: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/274848/Informe\\_Congreso-2017-3T.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/274848/Informe_Congreso-2017-3T.pdf)

## CUADRO COMPARATIVO DE INDICADORES ECONÓMICOS Y SOCIALES ENTRE MÉXICO Y PANAMÁ

Rubros	México <sup>44</sup>		Panamá <sup>45</sup>	
	2016	2017 (est.)	2016	2017 (est.)
Crecimiento del Producto Interno Bruto	2.8%	3.1%	6.3%	6.6%
Producto Interno Bruto (billones de dólares)	1,187.053	1,251,253	51.525	56.026
PIB per Cápita (dólares)	9,692.180	10,100.585	12,608.778	13,441.467
Inflación	3.02%	3.00%	2.00%	2.00%
Desempleo	4.00%	3.87%	4.5%	4.5%
Población (millones de personas)	122.475	123.879	4.086	4.168
Índice de Desarrollo Humano a nivel mundial (2015) <sup>46</sup>	77°		61°	

<sup>44</sup> Fondo Monetario Internacional. Reporte por País, México. Consultado el 17 de enero de 2018 en la dirección [http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?sy=2016&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=82&pr1.y=10&c=273&s=NGDP\\_R%2CNGDP\\_RPCH%2CNGDP%2CNGDPD%2CNGDP\\_D%2CNGDPRPC%2CNGDPPC%2CNGDPDPC%2CPPP%2CPPP%2CPPP%2CPPP%2CNGDP%2CPCPIEPCH%2CLUR%2CLP&grp=0&a=](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?sy=2016&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=82&pr1.y=10&c=273&s=NGDP_R%2CNGDP_RPCH%2CNGDP%2CNGDPD%2CNGDP_D%2CNGDPRPC%2CNGDPPC%2CNGDPDPC%2CPPP%2CPPP%2CPPP%2CPPP%2CPPP%2CNGDP%2CPCPIEPCH%2CLUR%2CLP&grp=0&a=)

<sup>45</sup> Fondo Monetario Internacional. *Reporte por país, Panamá*. Consultado el 18 de enero de 2018 en la dirección [http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=84&pr.y=7&sy=2016&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=283&s=NGDP\\_RPCH%2CNGDPD%2CNGDPDPC%2CPCPIEPCH%2CLUR%2CLP&grp=0&a=](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=84&pr.y=7&sy=2016&ey=2017&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=283&s=NGDP_RPCH%2CNGDPD%2CNGDPDPC%2CPCPIEPCH%2CLUR%2CLP&grp=0&a=)

<sup>46</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Informe sobre Desarrollo Humano 2016*. Consultado el 13 de febrero de 2018, en la URL: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016\\_SP\\_Overview\\_Web.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_SP_Overview_Web.pdf)





## TRATADOS BILATERALES MÉXICO-PANAMÁ

La Secretaría de Relaciones Exteriores tiene registrados los siguientes instrumentos internacionales vigentes entre México y Panamá:<sup>47</sup>

- Tratado de Libre Comercio.
- Convención Consular y su Protocolo.
- Tratado sobre Ejecución de Sentencias Penales.
- Acuerdo sobre Cooperación para Combatir el Narcotráfico y la Farmacodependencia.
- Convenio sobre Transporte Aéreo.
- Acuerdo que Modifica el Artículo 3, Numeral 1 del Convenio sobre Transporte Aéreo, firmado en la Ciudad de Panamá, el 14 de febrero de 1996.
- Convenio Básico de Cooperación Técnica y Científica.
- Tratado sobre Asistencia Jurídica Mutua en Materia Penal.
- Convenio de Cooperación Educativa y Cultural.
- Convenio de Cooperación en Materia de Turismo.
- Acuerdo de Cooperación Mutua para el Intercambio de Información respecto de Operaciones Financieras realizadas a través de Instituciones Financieras para Prevenir, Detectar y Combatir Operaciones de Procedencia Ilícita o de Lavado de Dinero.
- Tratado de Extradición.
- Acuerdo que Modifica el Convenio sobre Transporte Aéreo, firmado en la Ciudad de Panamá, el 14 de febrero de 1996.
- Convenio para Evitar la Doble Imposición y Prevenir la Evasión Fiscal en Materia de Impuestos sobre la Renta.

---

<sup>47</sup> Secretaría de Relaciones Exteriores. Consultado el 17 de mayo de 2018, en la URL: [http://proteo2.sre.gob.mx/tratados/consulta\\_nva.php](http://proteo2.sre.gob.mx/tratados/consulta_nva.php)

## NOTAS SOBRE CEREMONIAL Y PROTOCOLO

**Gentilicio:** Panameño/a.<sup>48</sup>

### **Comportamientos sociales:**

Los panameños son personas hospitalarias que acostumbran recibir calurosamente a los visitantes. En la sociedad, las autoridades son altamente respetadas. Las personas son generalmente relajadas, fáciles de llevar y tienen gran respeto hacia las distinciones jerárquicas.<sup>49</sup>

**Saludo:** El saludo se realiza con un firme apretón de manos, manteniendo contacto visual. En una primera reunión las mujeres por lo general son las que ofrecen la mano al hombre.<sup>50</sup>

**Puntualidad:** La puntualidad estricta generalmente no es muy importante. La mayoría de las reuniones se caracterizan por cierta informalidad. No obstante, se espera que los invitados lleguen a la hora acordada.<sup>51</sup>

**Reuniones de trabajo:** Las reuniones por lo general son en el idioma español, aunque, algunas empresas cuentan con personal de otros países, por lo que podría ser en inglés. Las tarjetas de presentación se recomiendan que estén en los idiomas inglés y español y se presentan siempre al inicio de la reunión.<sup>52</sup>

Los panameños en la primera reunión prefieren construir una amistad. Se recomienda que las primeras pláticas sean casuales como el deporte o la familia. Las decisiones por lo general son tomadas por los altos mandos. Es importante utilizar el título de la persona a la que se dirige, hasta que se indique lo contrario.<sup>53</sup>

---

<sup>48</sup> *Gentilicio de Panamá.* [Fecha de Consulta 11 de mayo de 2016]. Disponible en <<http://gentilicios.org/gentilicio-de-panama/>>

<sup>49</sup> Panama Business and Workplace Culture, [Fecha de Consulta 11 de mayo de 2016]. Disponible en <<http://www.expatsfocus.com/expatriate-panama-business-culture>>

<sup>50</sup> Culture Crossing Guide, Panamá. [Fecha de Consulta 11 de mayo de 2016]. Disponible en <[http://guide.culturecrossing.net/basics\\_business\\_student\\_details.php?Id=7&CID=159](http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=7&CID=159)>

**NOTA: Esta nota de protocolo integrada por la Dirección de Protocolo Internacional, es una guía básica, no refleja necesariamente todas las costumbres y prácticas de todas las regiones del país indicado.**

<sup>51</sup> Etiquette in Panama, Social situations, tipping and other conditions [Fecha de Consulta 11 de mayo de 2016]. Disponible en <<https://www.justlanded.com/english/Panama/Panama-Guide/Culture/Etiquette-in-Panama>>

<sup>52</sup> *Op. Cit.* Panama Business and Workplace Culture

<sup>53</sup> *Op. Cit.* Communicaid, Country Panama.





El señalar con el dedo índice es considerado grosero y vulgar si quiere indicar algo, es preferible usar toda la mano<sup>54</sup>.

**Vestimenta:** La vestimenta es conservadora y formal. Los varones utilizan traje oscuro y corbata para las reuniones formales y camisas ligeras durante las reuniones casuales. En el caso de las mujeres, se recomienda utilizar traje sastre o pantalón con blusa.<sup>55</sup>

**Regalos:** Aunque no es algo que se espera, los presentes son bien recibidos. El logotipo de la institución o una artesanía típica es un buen obsequio; estos deben de ir envueltos de forma elegante.<sup>56</sup>

**Temas de género:** Las oportunidades de empleo para las mujeres son cada vez mayores, y han mejorado a lo largo de los años. Panamá estableció con base en el Programa de Género en el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA por sus siglas en inglés), uno que tiene como meta lograr la igualdad entre hombres y mujeres realizando un trabajo con instituciones estatales y organizaciones no gubernamentales.<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Ídem.

<sup>55</sup> *Op. cit.* Culture Crossing Guide, Panamá

<sup>56</sup> How to Master Business Etiquette in Panama. [Fecha de Consulta 11 de mayo de 2016]. Disponible en <<http://www.careeraddict.com/master-business-etiquette-in-panama>>

<sup>57</sup> Panamá UNFPA, igualdad de género. [Fecha de Consulta 11 de mayo de 2016]. Disponible en <<http://panama.unfpa.org/igualdad-genero>>



## V. Documentos de Apoyo



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





## **RESUMEN DEL ACTA DE LA XXVIII REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DEFENSA DEL USUARIO Y EL CONSUMIDOR DEL PARLAMENTO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO**

**República de Panamá, 15 y 16 de septiembre de 2017**

---

Los días 15 y 16 de septiembre de 2017 se reunió la Comisión de Servicios Públicos y Defensa del Usuario y el Consumidor del Parlamento Latinoamericano y Caribeño en la sede permanente de dicho organismo ubicado en la Ciudad de Panamá, Panamá. A la reunión asistieron Legisladores provenientes de Argentina, Curazao, Ecuador, El Salvador, México y Uruguay. Por parte de la delegación mexicana asistieron los Senadores Martha Palafox Gutiérrez, Adolfo Romero Lainas, Esteban Albarrán Mendoza y José de Jesús Santana García.

Al inicio de la reunión, el Senador Enrique Pintado (Uruguay) es nombrado como Secretario Relator.

Antes de comenzar con la discusión del tema en la agenda, el Presidente de la Comisión, Diputado Julio Montoya (Venezuela), hizo referencia a la situación política que vive su país y la dificultad que tuvo para poder llegar a la reunión.

En este sentido, los Parlamentarios Edwin Vergara de Perú; Graciela Matiaude de Uruguay; Adolfo Romero, Esteban Albarrán y Jesús Santana de México; Daniel Pérsico de Argentina, Jacinta Scoop y Wimbert Hato de Curazao; Guadalupe Salazar de Ecuador; y Enrique Pintado de Uruguay; hicieron un pronunciamiento de forma respetuosa acerca de la situación política en Venezuela.

Por otro lado, la Legisladora Jacinta Scoop expresó su solidaridad para los países afectados por el huracán Irma.

En este sentido, el Secretario de Comisiones de Parlatino, Diputado Rolando González Patricio, informó sobre las resoluciones adoptadas por la Mesa Directiva del organismo declarando su solidaridad con los países afectados por el huracán Irma, y sobre la situación en Venezuela. Además, solicitó la definición de los temas que se discutirán en 2018 con el objetivo de elaborar la agenda de actividades de las comisiones de trabajo.



Posteriormente, los Legisladores asistentes a la reunión de la Comisión analizaron el Proyecto de Ley de Regulación del Roaming Internacional, al cual se le hicieron algunos cambios en la redacción, y finalmente fue aprobado por unanimidad.

También, se pusieron a consideración los temas previstos para abordarse en 2018:

- Promoción del uso de la energía solar en viviendas populares.
- Accesibilidad en el transporte aéreo de las personas con discapacidad.
- Protección de la dignidad y el honor de las personas en las redes sociales.
- Evaluación de los resultados de cada país, de los proyectos de Ley Modelo aprobado por la Comisión.
- Repatriación de los fondos provenientes de la corrupción.
- Ley Modelo para determinar horarios de llamadas, promoción, cobro y otros trámites.

## EL IMPACTO DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS

### Nota Informativa<sup>58</sup>

---

#### Introducción

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) mantiene una labor comprometida en la lucha contra el cambio climático y el calentamiento global, toda vez que estos fenómenos, estrechamente interrelacionados, afectan la capacidad de los países que integran la comunidad internacional para alcanzar la seguridad alimentaria, así como para materializar los objetivos de erradicar la pobreza y lograr el desarrollo sostenible.<sup>59</sup>

Tras esta afirmación, es preciso recordar que este organismo especializado de las Naciones Unidas, fundado en 1945, cuenta con el mandato de lograr un mundo en el que impere la seguridad alimentaria con la consiguiente elevación de los niveles de nutrición, el mejoramiento de la productividad agrícola y de las condiciones de la población rural, los cuales en conjunto pueden favorecer la expansión de la economía mundial.<sup>60</sup>

En aras de lograr sus objetivos, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura observa que el cambio climático tiene efectos directos e indirectos en la productividad agrícola, entre ellos, cambios en los regímenes pluviométricos, sequías, inundaciones y la redistribución geográfica de plagas y enfermedades.<sup>61</sup>

En este tono, el Director General de la FAO, José Graziano da Silva, ha alertado sobre la amenaza que representa el cambio climático al conducir a millones de personas a un círculo vicioso de inseguridad alimentaria, malnutrición y pobreza. No obstante, el funcionario de Naciones Unidas también ha enfatizado que la agricultura es un espacio en donde pueden concertarse soluciones tanto para el hambre como para el cambio climático, siendo indispensable que cualquier sistema alimentario integre elementos relativos a la mitigación y la adaptación a este fenómeno, lo que implica actuar desde la producción, el procesamiento y el

---

<sup>58</sup> Nota informativa elaborada por el Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques del Senado de la República.

<sup>59</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. *Cambio climático*. s. l. s. f. Consultado el 17 de mayo de 2018 en la URL: <https://bit.ly/2rQdnaS>

<sup>60</sup> \_\_\_\_\_. *FAO Procurement*. s. l. s. f. Consultado el 17 de mayo de 2018 en la URL: <https://bit.ly/2lrB1EK>

<sup>61</sup> \_\_\_\_\_. *Cambio climático*. *Op. cit.*

consumo de alimentos hasta el transporte, tanto en las zonas rurales como en las urbanas.<sup>62</sup>

### **El impacto del cambio climático en los sistemas alimentarios**

En el contexto actual, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura ha advertido que el número de personas subalimentadas aumentó por primera vez en la última década, con 815 millones de personas que padecen hambre a diario. Aunado a ello, una quinta parte de las emisiones totales de gases de efecto invernadero pueden atribuirse al sector agrícola.<sup>63</sup>

En 2015, la región de América Latina y el Caribe logró las dos metas de los Objetivos de Desarrollo del Milenio relacionadas con la pobreza y el hambre, al reducir en 66% la proporción de personas en situación de pobreza extrema y en casi un 63% la proporción de población total con subalimentación, además de alcanzar la meta más ambiciosa acordada en la Cumbre Mundial de la Alimentación (CMA) de reducir a la mitad el número total de personas que padecían hambre. Sin embargo, en la región existen cerca de 34 millones de personas subalimentadas.<sup>64</sup>

A modo de nota conceptual, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura define el “sistema alimentario” como la “suma de los diversos elementos, actividades y actores que, mediante sus interrelaciones, hacen posible la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos”.<sup>65</sup>

En los sistemas alimentarios confluyen una serie de actividades interrelacionadas, a las cuales se va añadiendo o disminuyendo valor sucesivamente, desde la gestión de los recursos naturales y la biodiversidad hasta la gestión de las pérdidas y desperdicios de alimentos. Como un ejemplo, el adecuado o inadecuado manejo de los recursos naturales influye en el precio de los alimentos, en la cantidad de pérdidas y desperdicios, y en el acceso a los mismos. (Véase, imagen 1. Sistema alimentario)<sup>66</sup>

---

<sup>62</sup> \_\_\_\_\_. *El cambio climático arrastra a millones de personas a un círculo vicioso de inseguridad alimentaria, malnutrición y pobreza*. 14 de noviembre de 2017. Consultado el 18 de mayo de 2018 en la URL: <https://bit.ly/2ARSSai>

<sup>63</sup> *Ídem*.

<sup>64</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. *Nota conceptual simposio regional sobre sistemas alimentarios sostenibles para la alimentación saludable*. Septiembre de 2017. Consultado el 18 de mayo de 2018 en la URL: <https://bit.ly/2rPfnzj>

<sup>65</sup> \_\_\_\_\_. *Reflexiones sobre el sistema alimentario y perspectivas para alcanzar su sostenibilidad en América Latina y el Caribe*. 2017. Consultado el 18 de mayo de 2018 en la URL: <https://bit.ly/2ro9qvS>

<sup>66</sup> *Ídem*.



### Imagen 1. Sistema alimentario



Imagen tomada de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. *Nota conceptual simposio regional sobre sistemas alimentarios sostenibles para la alimentación saludable*. Septiembre de 2017. Consultado el 18 de mayo de 2018 en la URL: <https://bit.ly/2rPfnzj>

Ante estos desafíos, diversas instancias de diálogo como la Segunda Conferencia Internacional de Nutrición, celebrada en noviembre de 2014, en donde se adoptó la Declaración de Roma y su Marco de Acción han señalado que se requiere un cambio destinado a promover sistemas alimentarios sostenibles. En particular se han emitido recomendaciones para:<sup>67</sup>

- Fortalecer, preservar o recuperar sistemas alimentarios que garanticen la sostenibilidad y la capacidad de proveer una alimentación nutritiva y accesible a todos, incorporando una mirada integral desde la preservación de los ecosistemas mediante un uso más eficiente y sostenible de la tierra y de los recursos naturales;
- Mejorar las técnicas de producción, almacenamiento, transformación, procesamiento y comercialización de los alimentos, hasta la gestión de las pérdidas y desperdicios de alimentos; y
- Fortalecer el rol responsable de los consumidores como agentes clave en el sistema alimentario.

<sup>67</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. *Nota conceptual simposio regional sobre sistemas alimentarios sostenibles para la alimentación saludable*. Op. cit.





## PROTECCIÓN DE LA DIGNIDAD Y EL HONOR DE LAS PERSONAS EN LAS REDES SOCIALES

### Nota Informativa<sup>68</sup>

---

El antecedente del término de las redes sociales fue propuesto en 1929 por Frigyes Karinthy mediante la teoría de los “seis grados de separación”, sustentada en el hecho de que cualquier persona puede interactuar con otra persona del planeta con sólo seis enlaces (conexiones). Posteriormente en 2004, Duncan J. Watts reafirmó el concepto señalando que el número de conocidos aumenta de forma exponencial con el número de enlaces en la cadena, y una pequeña cantidad de enlaces son suficientes para que el conjunto de conocidos se convierta en toda la población mundial.<sup>69</sup>

Las diversas redes sociales fraccionan diversos grupos de población con intereses o afinidades comunes en los que coinciden. Con ello, se construyen y se amplían dichas redes con personas que comparten ideas, necesidades, gustos, intereses u objetivos. La interrelación “entre iguales” se forma a partir de los datos aportados para registrarse, así como por la colaboración con contenidos abiertos, en la creación y realización de servicios propios de las redes sociales.<sup>70</sup>

Es así que, con la creación de eslabones en las redes sociales, se conocen personas de cualquier parte del mundo; se colabora y coopera; se crea y comparte información, datos, contenido, experiencias, enlaces de interés; se interactúa con otros usuarios, grupos de amigos y familiares sin límite de fronteras; se publican contenidos propios y se toman en cuenta los de otros; se establece una comunicación “desinhibida” mediante el intercambio de fotos, videos, música, libros, conversaciones, etcétera; se crean relaciones personales, y se puede acceder a juegos en línea. Asimismo, las redes sociales coadyuvan para hacer negocios (*networking*) y para interactuar socialmente en distintos entornos.<sup>71</sup>

Es importante señalar que el usuario de las redes sociales es consumidor y productor a la vez, y que su identidad digital y sus relaciones sociales en línea tienen

---

<sup>68</sup> Elaborada en el Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques del Senado mexicano con información citada.

<sup>69</sup> Carlos Barriuso Ruíz. *Las Redes Sociales y la Protección de Datos Hoy*. En Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Consultado el 18 de agosto de 2018, en la URL: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2940/7.pdf>

<sup>70</sup> *Idem*.

<sup>71</sup> *Idem*.

efectos en la vida real, lo que también retroalimenta su identidad digital. Ante esta situación, existen grupos de interés que buscan obtener los contenidos de las redes sociales, como los datos personales con información valiosa de los usuarios, lo cual explica la “gratuidad” de estos servicios digitales. Al ser sometida a algoritmos de análisis, selección y extracción de contenidos, la información de las redes sociales permite obtener perfiles de alto significado con tendencias por edades, profesiones, aficiones, entre otros. Por ello, es importante mantener un control efectivo sobre el cumplimiento de la normativa de protección de datos en estas plataformas<sup>72</sup>.

Aunado a lo anterior, las redes sociales deben fortalecer las medidas de protección de la privacidad mediante infraestructura que utilice tecnologías con sistemas que favorezcan los derechos de protección de datos e intimidad de los usuarios, por ejemplo: la disociación (o anonimato) de forma automática de los datos; el uso de encriptación de los datos, de antivirus y filtros de *spam*, *cookies*, gestión de identidad; análisis de las políticas de privacidad de los SRS (sitios de redes sociales) por medio de la Plataforma de Preferencias de Privacidad, etcétera.<sup>73</sup>

El documento citado refiere que en términos normativos es necesario obligar a las redes sociales a establecer una configuración de privacidad que, a excepción de modificación por parte del usuario, restrinja el acceso al perfil de los usuarios y que no permita su recuperación fuera del entorno de la red social para lo cual fueron entregados. Además, es importante que las políticas de privacidad de estas plataformas sean muy restrictivas con las cesiones y usos no permitidos más allá del alcance de la propia red social e informar oportunamente a los usuarios.<sup>74</sup>

De acuerdo con el estudio “Hábitos de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales: caso de estudio en secundarias públicas” de la Universidad Nacional Autónoma de México, algunas ventajas y desventajas que representa el uso de las redes sociales son:<sup>75</sup>

En abril de 2018, a nivel mundial se tuvo registro de 2,234 millones de usuarios en *Facebook*; 1,500 millones en *YouTube*; 1,500 millones en *WhatsApp*; 1,300 millones en *Facebook Messenger*; 831 millones en *Instagram*; y 330 millones en *Twitter*, por mencionar algunos ejemplos.

**Fuente:** Statista, en la URL: <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>

<sup>72</sup> *Ídem.*

<sup>73</sup> *Ídem.*

<sup>74</sup> *Ídem.*

<sup>75</sup> Universidad Nacional Autónoma de México. *Hábitos de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales: caso de estudio en secundarias públicas*. 1 de octubre de 2016. Consultado el 21 de mayo de 2018, en la URL: <http://www.revista.unam.mx/vol.17/num10/art74/#>

### Ventajas

- Se genera un espacio de comunicación interpersonal, en el que las personas presentan intereses comunes o empatía, y comparten escenarios virtuales.
- Permiten a los usuarios interactuar de forma fácil y rápida con la información, lo que las vuelve una excelente herramienta de apoyo para los estudiantes al momento de realizar trabajos de investigación.
- Apoyan en la comunicación con amigos, compañeros de trabajo, familiares, etcétera, ya que permiten el contacto continuo desde los hogares o en cualquier lugar con acceso a Internet.
- Disminuyen el sentimiento de soledad porque pueden transmitir diferentes estados de ánimo y señales de cariño, también es posible observar de forma retrospectiva buenos momentos, además las personas que son tímidas o rezagadas pueden expresar por escrito sus sentimientos o pensamientos con mayor facilidad.
- Sirven como herramientas de apoyo a docentes para que, tanto alumnos como profesores, se comuniquen de forma fluida.

### Desventajas

- Algunas personas tienen menos inhibición al comunicarse en línea, lo cual puede terminar en difamación, si por alguna razón alteran los hechos reales de un acontecimiento.
- Pueden robar la identidad y realizar actividades que no son autorizadas por el usuario legítimo.
- Los usuarios están vulnerables a sufrir *ciberbullying*, es decir, alguien puede acceder a sus fotos, videos o información personal para dañarlos o enviarles mensajes para hostigarlos.
- Al abusar de las redes sociales es posible padecer aislamiento, ansiedad o baja autoestima, lo cual puede generar que los usuarios pierdan el control personal.

- Los usuarios pueden ser frágiles ante personas llamadas “depredadores en línea”, éstos son sujetos que sistemáticamente buscan hacer algún daño para obtener provecho de situaciones vulnerables, y pueden afectar la seguridad de los jóvenes que no saben cómo defenderse.
- Permite enviar contenidos de tipo sexual como fotografías o vídeos de ellos mismos a otras personas, y de ese modo dañan su reputación.

En México, en los últimos años se ha observado un aumento en el uso de las redes sociales para cometer delitos como la extorsión y la trata de personas, afectando mayormente a jóvenes, quienes establecen menores medidas de seguridad al compartir información personal en sus perfiles. Según la Fiscalía Especial para los Delitos de Violencia contra las Mujeres y Trata de Personas de la Procuraduría General de la República (PGR), dichas plataformas son mayormente utilizadas para reclutar víctimas que son engañadas para iniciar una relación personal, una falsa oferta de trabajo o la promesa de participar en concursos de modelaje, siendo un medio muy utilizado por tratantes y extorsionadores. De igual forma, otro tipo de modalidades de extorsión son el secuestro virtual y el *sexting*, siendo este último realizado mayormente por jóvenes en donde se envían mutuamente fotografías y videos con actitud provocativa y con contenido sexual, material que puede ser utilizado para chantajes y/o extorsiones.<sup>76</sup>

De acuerdo con el Observatorio Nacional Ciudadano, el 44.2% de los jóvenes se pone en contacto con personas desconocidas a través de Internet y las redes sociales, mientras que el 31.2% siempre acepta solicitudes de amistad de personas desconocidas.

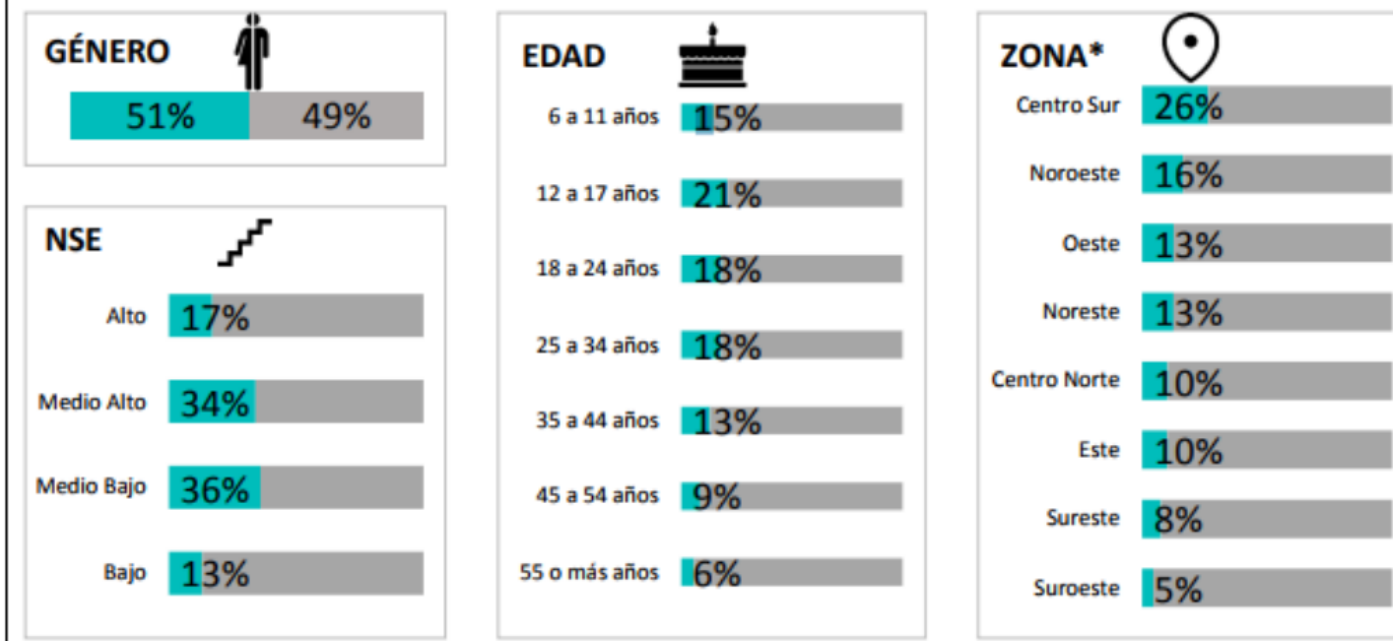
Asimismo, el riesgo en la utilización de las redes sociales por parte de los jóvenes radica en el desconocimiento o desinterés que suelen mostrar para conocer y aplicar las diferentes configuraciones de privacidad que se ofrecen a los usuarios, las cuales disminuyen la posibilidad de que su información personal sea utilizada por otras personas.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Observatorio Nacional Ciudadano. *El uso responsable de los datos personales en Internet*. En El Universal. 18 de agosto de 2017. Consultado el 21 de mayo de 2018, en la URL: <http://www.eluniversal.com.mx/observatorio-nacional-ciudadano/el-uso-responsable-de-los-datos-personales-en-internet>

<sup>77</sup> *Ídem*.

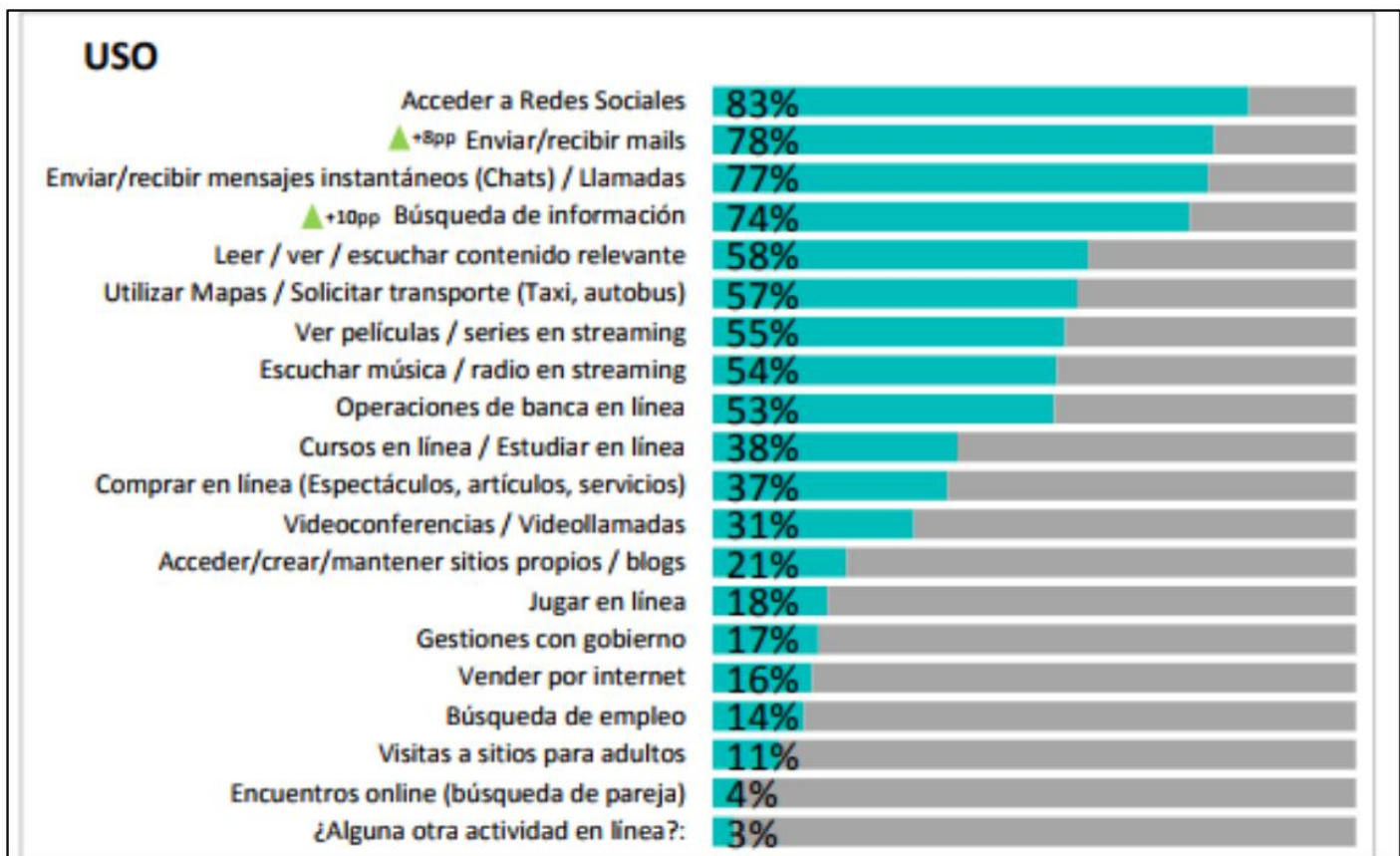
## Perfil internauta mexicano



**Fuente:** Universidad Nacional Autónoma de México. *Usuarios de Internet en México*. URL: <https://electoral.juridicas.unam.mx/mexico-2018/files/boletines/boletin-23.pdf>

\*NSE: Nivel socioeconómico,





**Fuente:** Universidad Nacional Autónoma de México. *Usuarios de Internet en México*. URL: <https://electoral.juridicas.unam.mx/mexico-2018/files/boletines/boletin-23.pdf>

De acuerdo con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), el uso de las redes sociales ha llevado al límite el equilibrio entre el ejercicio de los derechos fundamentales y los riesgos para el honor, el buen nombre y la intimidad, entre otros. Con ello, se ha configurado una nueva concepción en el campo de los derechos humanos que trata de responder a las necesidades de la sociedad de la información y que va de la mano del desarrollo tecnológico.<sup>78</sup>

En este sentido, el organismo señala que los menores de edad no están exentos en el uso de estas plataformas y nuevas formas de comunicación, ya que al ser “nativos digitales” su proceso de adaptación ha sido rápido paralelo a la evolución de las mismas. Subraya que los menores son los más susceptibles de sufrir riesgos en

<sup>78</sup> Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). *Menores y Protección de Datos Personales en Redes Sociales*. Consultado el 21 de mayo de 2018, en la URL: <https://centrosconacyt.mx/objeto/menoresyredes/>

Internet, que van desde la suplantación de la identidad, la discriminación, el ciberacoso, y la vulnerabilidad de datos personales hasta la explotación sexual y pornografía infantil. Ante esta situación, el CONACYT determina que los principales riesgos a los que se ven expuestos los menores de edad en las redes sociales son los siguientes:<sup>79</sup>

- La utilización de datos personales proporcionados por los menores en redes sociales para distintos fines de los que originalmente fueron recolectados.
- El uso de aplicaciones desarrolladas con el objetivo de recolectar información de un perfil determinado, las cuales funcionan ofreciendo servicios o juegos llamativos para los menores, con la condición de poder acceder a los contenidos, tanto públicos como privados de su perfil. En relación a esto, destaca la geolocalización de los menores quienes sin tener una idea clara de los parámetros que controlan la actividad de diversas aplicaciones para redes sociales, las usan indiscriminadamente.
- El control sobre la información que se comparte en redes sociales, ya que una simple solicitud de amistad puede poner al alcance del solicitante toda la información relacionada con el menor.
- Aceptar a desconocidos en perfiles de redes sociales con la finalidad de ser usuarios activos.
- La configuración predeterminada por la mayoría de sitios que administran redes sociales, ya que es de perfil abierto, lo que significa una menor privacidad de la cuenta de los menores. En este sentido, los sitios prefieren este tipo de perfiles porque permiten el financiamiento con publicidad digital.
- Los perfiles de comportamiento obtenidos con la información que se revela combinada con tecnologías de recopilación de datos, lo que genera bases de datos que pueden ser para algunos la oportunidad para aumentar clientes en un negocio determinado y para otros la oportunidad de robar la identidad del menor o la forma de recolectar información de manera fácil y confiable por parte de abusadores sexuales. Las computadoras al permitir un manejo rápido y eficiente de grandes volúmenes de información, facilitan la concentración automática de datos referidos a las personas de tal manera que las constituye un verdadero factor de poder.

---

<sup>79</sup> *Ídem.*



En días recientes, una investigación periodística a cargo de *The Guardian* y *The New York Times* reveló que datos personales de alrededor de 50 millones de usuarios estadounidenses habían sido obtenidos irregularmente de la red social *Facebook*, los cuales fueron indebidamente utilizados para fines electorales. Entre las principales consultoras implicadas fue la británica *Cambridge Analytica*, la cual ya anunció su cierre en mayo de 2018.<sup>80</sup>

Ante las diversas demandas por una mayor protección de datos en la red social, expertos de la Universidad Nacional Autónoma de México exhortaron a que se cuestione la veracidad de la información en las redes sociales y se extremen precauciones por el hecho anteriormente mencionado. Además, aseguraron que en estas plataformas no se cuenta con la garantía de que la información sea publicada por personas.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> El País. *Cierra Cambridge Analytica, la empresa clave en el escándalo de Facebook*. 3 de mayo de 2018. Consultado el 21 de mayo de 2018, en la URL: [https://elpais.com/internacional/2018/05/02/actualidad/1525285885\\_691249.html](https://elpais.com/internacional/2018/05/02/actualidad/1525285885_691249.html)

<sup>81</sup> Vanguardia MX. *Llama UNAM a dudar de las 'redes sociales'*. 19 de abril de 2018. Consultado el 21 de mayo de 2018, en la URL: <https://www.vanguardia.com.mx/articulo/llama-unam-dudar-de-las-redes-sociales>



## **EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LAS LEYES MODELO ADOPTADAS POR EL PARLATINO EN MATERIA DE SERVICIOS PÚBLICOS**

De acuerdo con la página web del Parlamento Latinoamericano y Caribeño, la Comisión de Servicios Públicos y Defensa del Usuario y el Consumidor ha aprobado las siguientes leyes:

<b>Ley</b>	<b>Fecha</b>
Ley Modelo de Etiquetado de Productos Alimenticios Procesados y Ultraprocesados para el Consumo Humano y Protección a la Salud.	Panamá, 10 de junio de 2017
Ley Modelo de Transporte Aéreo Internacional.	Panamá, 1 de diciembre de 2016
Ley Modelo para América Latina sobre la Regulación de la Publicidad y Promociones de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Dirigido a los Niños, Niñas y Adolescentes.	Panamá, 30 de noviembre de 2012
Ley Modelo de Defensa al Turista como Consumidor.	Panamá, 30 de noviembre de 2012
Ley Modelo sobre Defensa del Usuario y Consumidor.	Panamá, 4 de mayo de 2006
Proyecto Integrado sobre el Ordenamiento Marco en Materia de Regulación de los Servicios Financieros.	Sao Paulo, 4 de mayo de 2006
Ley Modelo de Servicios Postales	Sao Paulo, 4 de mayo de 2006



## **PROYECTO Y PUBLICACIÓN - LEY MARCO DE DEFENSA DEL USUARIO Y CONSUMIDOR**

**Aprobado por la Comisión de Defensa del Usuario y del Consumidor del Parlato durante la 5ª Sesión Ordinaria en la Ciudad de Panamá, República de Panamá, el 04 mayo 2006**

---

### **TÍTULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

##### **Objeto de la ley**

**Artículo 1.** La presente ley tiene por objeto la protección y defensa de los derechos e intereses del consumidor y el usuario, su organización, educación, información y orientación.

##### **Materia de orden público**

**Artículo 2.** Las disposiciones de esta ley son de orden público e irrenunciable.

##### **Ámbito de aplicación**

**Artículo 3.** Quedan subordinados a las disposiciones de esta ley la adquisición y arrendamiento de bienes, contratación de servicios públicos o privados y cualquier otro negocio jurídico de interés económico celebrado entre proveedores de bienes y servicios y consumidores y/o usuarios.

##### **Definiciones de los sujetos de la ley**

**Artículo 4.** A los efectos de esta ley se entiende por:

**Consumidor:** Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza como destinatario final.

**Usuario:** Toda persona natural o jurídica, que use, utilice o disfrute servicios de cualquier naturaleza como destinatario final.

**Proveedor:** Toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado, que desarrolle actividades de producción, importación, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores y usuarios finales.

## **Bienes y servicios de primera necesidad**

**Artículo 5.** A los efectos de esta ley, se consideran bienes y servicios de primera necesidad, aquellos esenciales e indispensables para el colectivo nacional y que determine mediante Decreto el Presidente de la República en Consejo de Ministros, oída la opinión del Banco Central. El Ejecutivo Nacional, cuando las circunstancias económicas y sociales así lo requieran, a fin de garantizar el bienestar del pueblo, podrá dictar medidas de carácter excepcional en todo o en parte del territorio nacional, destinadas a evitar el alza indebida de los precios de bienes y las tarifas de servicios, declarados como de primera necesidad.

## **TÍTULO II**

### **DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

#### **Capítulo I**

#### **De los Derechos**

#### **Derechos**

**Artículo 6.** Son derechos de los consumidores y usuarios:

1. La protección de su salud y seguridad en el consumo y uso de bienes y servicios provenientes de los proveedores.
2. La adquisición de bienes y servicios en las mejores condiciones de calidad y precio que permita el mercado, tomando en cuenta las previsiones legales que rigen el acceso de bienes y servicios nacionales y extranjeros.
3. La información suficiente, oportuna, clara y veraz sobre los diferentes bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado, con especificaciones de precios, cantidad, peso, características, calidad, riesgos y demás datos de interés inherentes a su naturaleza, composición y contraindicaciones que les permita elegir de conformidad con sus necesidades y obtener un aprovechamiento satisfactorio y seguro.
4. La promoción y protección jurídica y administrativa de sus derechos e intereses económicos y sociales en reconocimiento de su condición de débil jurídico en las transacciones del mercado.
5. La educación e instrucción sobre sus derechos como consumidores y usuarios en la adquisición y utilización de bienes y servicios, así como los mecanismos de defensa y organización para actuar ante los órganos y entes públicos existentes.

6. La indemnización efectiva o la reparación de los daños y perjuicios atribuibles a responsabilidades de los proveedores en los términos que establece la presente Ley.
7. La protección de los intereses individuales o colectivos en los términos que establece esta Ley.
8. La protección contra la publicidad subliminal, falsa o engañosa, los métodos comerciales coercitivos o desleales que distorsionen la libertad de elegir y las prácticas o cláusulas impuestas por proveedores de bienes y servicios que contraríen los derechos del consumidor y el usuario en los términos expresados en esta Ley.
9. La constitución de asociaciones, ligas, grupos, juntas u otras organizaciones de consumidores o usuarios para la representación y defensa de sus derechos e intereses.
10. La recepción de un trato no discriminatorio.
11. El ejercicio de la acción ante los órganos administrativos y jurisdiccionales en defensa de sus derechos e intereses mediante procedimientos breves establecidos en la presente Ley y en su Reglamento.
12. El disfrute de bienes y servicios producidos y comercializados en apego a normas y métodos que garanticen una adecuada preservación del medio ambiente.
13. Los demás derechos que la Constitución y las leyes establezcan.

## **Sección I**

### **De la Protección**

#### **Capítulo II**

##### **De la Protección de la Salud y Seguridad**

#### **Protección y Seguridad**

**Artículo 7.** Los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios en el mercado nacional, no implicarán riesgos para su salud o seguridad, salvo los usuales o reglamentariamente admitidos por las autoridades competentes, en condiciones normales y previsibles de utilización.

Los consumidores y usuarios deberán ser plenamente informados respecto a los riesgos en la utilización de los bienes y servicios, en razón de su naturaleza y de las

personas a las cuales van destinados, todo conforme a la marca especial de control de calidad que se establezca.

### **Deber de informar**

**Artículo 8.** Todo productor o proveedor de bienes de consumo que, con posterioridad a la introducción de los productos al mercado, se percate de la existencia de peligros imprevistos o riesgos para la salud, deberá comunicar inmediatamente el hecho a la autoridad competente e informar al público consumidor sobre la existencia de los riesgos o peligros a que hubiera lugar.

Los avisos a la población serán a cargo del productor o proveedor del bien o bienes en cuestión, y deberán hacerse por los medios adecuados de manera que se asegure una completa y oportuna información acerca de los riesgos y peligros del producto a toda la población consumidora.

Lo anterior no eximirá al proveedor de su responsabilidad por los daños ocasionados, por la introducción del producto de que se trate.

### **Deber de retirar o sustituir**

**Artículo 9.** En caso de constatarse que un bien de consumo constituye un peligro o riesgo de importancia para la salud, aun cuando se utilice en forma adecuada, y que no haya sido informado al consumidor en los términos del artículo 6 de la presente Ley, el proveedor del mismo deberá, sin perjuicio de las responsabilidades a que hubiere lugar, proceder a retirarlo del mercado, sustituirlo o reemplazarlo a su costo.

### **Peligro de contaminación ambiental**

**Artículo 10.** Comprobada por cualquier medio idóneo, la peligrosidad, toxicidad o capacidad de contaminación del ambiente de un producto, en niveles considerados como nocivos y dañinos para la salud de la población, la autoridad competente realizará lo conducente para el retiro inmediato de dicho producto del mercado y la prohibición de circulación para el mismo.

Los daños y perjuicios producidos por la acción de dichos bienes o productos serán responsabilidad del productor o proveedor.

### **Prohibición de importación**

**Artículo 11.** Se prohíbe la importación de bienes cuyo consumo haya sido declarado nocivo para la salud y prohibido por esta razón por las autoridades nacionales o de su país de origen.

Serán sancionados de acuerdo con esta Ley quienes resulten responsables de tales importaciones, quienes las comercialicen y los funcionarios que hayan autorizado dichas importaciones.

### **Acción de responsabilidad**

**Artículo 12.** Las patentes, autorizaciones, licencias u otros documentos o permisos otorgados por el Estado a productores de bienes o servicios, para la investigación, desarrollo o comercialización de bienes o prestación de servicios que puedan resultar peligrosos o nocivos para la salud de la población, en ningún caso eximirán de responsabilidad a los productores, proveedores, importadores, distribuidores o quienes hayan participado en la cadena de distribución de estos bienes, por los daños y perjuicios ocasionados a los consumidores y usuarios, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento.

### **Derecho de reclamo**

**Artículo 13.** Lo dispuesto en el artículo anterior es sin perjuicio del derecho que tiene cualquiera de los participantes en la cadena de distribución del bien nocivo o peligroso, de reclamar en contra de aquel agente de la cadena que a su juicio resulte ser efectivamente responsable de los efectos nocivos del bien o servicio, por las indemnizaciones pagadas.

### **Protección especial**

**Artículo 14.** El Ejecutivo Nacional dará prioridad y protección especial a los grupos de consumidores y usuarios, que por circunstancias extraordinarias se encuentren en una situación de debilidad jurídica o minusvalía en el ejercicio de los derechos contemplados en esta ley.

La protección especial establecida en el presente artículo comprenderá la atención jurídica, administrativa y de actuaciones específicas según lo dispuesto en la presente ley, en especial a los niños y adolescentes, las mujeres gestantes, los ancianos, los enfermos, los discapacitados, y los turistas.

## **Capítulo III**

### **De la Protección de los Intereses Económicos y Sociales**

#### **Protección de intereses**

**Artículo 15.** Se prohíbe todo acto o conducta por parte de los proveedores de bienes y prestadores de servicios que tengan por objeto o efecto la imposición de condiciones abusivas en relación con los consumidores y usuarios y, en particular, las siguientes:

1. La aplicación injustificada de condiciones desiguales para proveer bienes o prestar un servicio que ponga a los consumidores y usuarios en situación de desventaja frente a otros.
2. La subordinación o el acondicionamiento de proveer un bien o prestar un servicio a la aceptación de prestaciones suplementarias que por su naturaleza o de conformidad con el uso correcto del comercio no guarde relación directa con el mismo.
3. La negativa injustificada de satisfacer la demanda de los consumidores y usuarios.
4. La imposición de precios y otras condiciones de comercialización de bienes y servicios sin que medie justificación económica.

### **Defensa de intereses legítimos**

**Artículo 16.** Se elimina.

### **Adopción de medidas**

**Artículo 17.** Para la protección y satisfacción del derecho establecido en el artículo anterior, las autoridades competentes adoptarán las medidas apropiadas, dirigidas a garantizar:

1. La exposición pública y visible a los consumidores de los precios y tarifas junto a los productos ofertados y asociados a las modalidades de servicio que se ofrecen.
2. La elección, por parte del usuario o consumidor, de la forma de pago que más le convenga dentro de las posibilidades ofrecidas por el vendedor o prestador del servicio.
3. La entrega de recibo o documentación acreditada de las operaciones realizadas, debidamente desglosadas según el caso.
4. La exactitud en el peso y medida de los bienes y la correcta prestación de los servicios, tomando en cuenta las tolerancias que establece la normativa legal sobre metrología.
5. La imposibilidad de demandar el pago de mercancías o servicios no solicitados.
6. La comercialización de productos en los que se asegure la existencia de repuestos durante el plazo establecido en el Reglamento de esta Ley para cada tipo de producto y el adecuado servicio técnico cuando sean obligatorios.



7. Que los consumidores y usuarios no se vean limitados, en la cantidad de bienes que puedan adquirir en un establecimiento, a excepción de lo previsto en el artículo 22 de la presente Ley.

El uso de los medios tecnológicos que facilitan la identificación exacta y fácil de productos y servicios, además del manejo automatizado de inventarios, como el código de barras, deberán cumplir con lo estipulado en los numerales 1), 3) y 4) de este artículo.

### **Obligación de cumplir condiciones**

**Artículo 18.** Se elimina.

### **Defensa de los usuarios de los servicios**

**Artículo 19.** El Ejecutivo creará un Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u otro organismo similar, el cual velará por la defensa de los ahorristas, asegurados y usuarios de servicios prestados por los bancos, las entidades de ahorro y préstamo, las cajas de ahorro y préstamo, las operadoras de tarjetas de crédito, los fondos de activos líquidos, la aviación civil y otros entes financieros.

### **Denuncias inmobiliarias**

**Artículo 20.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u otro organismo similar, conocerá de las denuncias que presenten los compradores o arrendatarios de viviendas u otros inmuebles, incluso aquellos establecidos en forma de multipropiedad o tiempo compartido. En consecuencia, cualquier interesado o perjudicado en sus derechos o intereses legítimos podrá acudir a estos organismos a exponer las irregularidades e ilícitos inmobiliarios y de otra índole que hubieran cometido las personas dedicadas a la promoción, construcción, comercialización, arrendamiento o financiamiento de viviendas e inmuebles.

### **Obligación de suministro**

**Artículo 21.** Los fabricantes e importadores de bienes, deberán asegurar el regular suministro de componentes, repuestos y servicios técnicos durante el lapso en que ellos se fabriquen, armen, importen o distribuyan y posteriormente, durante el período que establezca para cada tipo de bien o servicio el Reglamento de esta Ley.

### **Libertad de comercialización**

**Artículo 22.** Salvo que por disposición legal se le exija al consumidor o usuario cumplir con determinado requisito, no podrá negársele por otra causa la adquisición

de productos que se tengan en existencia, ni condicionárselo a la adquisición de otro producto o a la contratación de un servicio, salvo que la venta haya sido promocionada como una oferta en la cual se le precisa al consumidor o usuario, a través de cualquier medio, el número máximo de unidades que puede adquirir. El bien o servicio adicional no podrá vendérsele a mayor precio que aquel con que el producto se publicita.

Se presumirá la existencia de productos por el solo hecho de anunciarse en vidrieras o escaparates de un local comercial.

## Capítulo IV

### De la Protección en el Comercio Electrónico

#### Concepto de Comercio Electrónico

**Artículo 23.** Se entiende por comercio electrónico, cualquier forma de negocio, transacción comercial o intercambio de información con fines lucrativos, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación entre proveedor y consumidor o usuario.

#### Deberes del proveedor

**Artículo 24.** Los proveedores de bienes y servicios dedicados al comercio electrónico deberán prestar particular atención a los intereses del consumidor o usuario y actuar de acuerdo con prácticas equitativas de comercio y la publicidad. En tal sentido, los proveedores no deberán hacer ninguna declaración, incurrir en alguna omisión o comprometerse en alguna práctica que resulte falsa, engañosa, fraudulenta y discriminatoria.

**Parágrafo Primero:** En ningún caso el proveedor podrá instalar, prestar, modificar un servicio telefónico o electrónico, sea gratuito u oneroso, sin autorización del consumidor o usuario, ni podrá presumir su conformidad por la omisión de reclamo de los mismos.

**Parágrafo Segundo:** El proveedor se obliga a mantener la confidencialidad de la información que por el medio electrónico le suministre el usuario, y en ningún caso podrá utilizarla sin autorización escrita del usuario, como instrumento de mercadeo o para campaña publicitaria.

#### Información confiable

**Artículo 25.** Los proveedores que difundan información acerca de ellos mismos o de los bienes o servicios que proveen, deberán presentar la información de manera clara, precisa y accesible.

## **Procedimientos**

**Artículo 26.** Los proveedores deberán desarrollar e implantar procedimientos fáciles y efectivos que permitan al consumidor o usuario escoger entre recibir o no mensajes comerciales electrónicos no solicitados. Cuando un consumidor o usuario haya indicado que no quiere recibir mensajes comerciales electrónicos no solicitados tal decisión deberá ser respetada.

## **Prevención en la publicidad**

**Artículo 27.** Los proveedores deberán adoptar especial cuidado en la publicidad dirigida a los niños, ancianos, enfermos de gravedad y otras personas que no estén en capacidad de entender plenamente la información que se les esté presentando.

## **Información sobre el proveedor**

**Artículo 28.** Cuando un proveedor publicite su pertenencia a algún esquema relevante de autorregulación, asociación de empresarios, organismo de solución de controversias o algún órgano de certificación, el proveedor deberá suministrar al consumidor la información adecuada y suficiente para hacer contacto con ellos, así como un procedimiento sencillo para verificar dicha membresía y tener acceso a los principales estatutos y prácticas del órgano de certificación o afiliación correspondiente.

## **Privacidad y confidencialidad**

**Artículo 29.** En las negociaciones electrónicas, el proveedor deberá garantizarse la utilización de medios necesarios que permitan la privacidad de los consumidores o usuarios que hagan uso de los bienes o servicios ofertados por cualquier medio electrónico, así como la confidencialidad de las transacciones realizadas, de forma tal que la información intercambiada no sea inteligible para terceros no autorizados que tengan acceso a ella voluntaria o accidentalmente. A este respecto, debe señalarse de manera suficiente los fines para los cuales el proveedor utilizará esta información a terceros no relacionados con el negocio, y bajo qué circunstancias pudiera darse este supuesto. Asimismo, los proveedores en las relaciones comerciales que se lleven a cabo a través de la utilización de medios electrónicos, podrán utilizar cualquier vía para garantizar la privacidad y confidencialidad de las relaciones, la cual deberá encontrarse ampliamente a la disposición de los consumidores o usuarios.

## **Selección de información**

**Artículo 30.** En el comercio electrónico el proveedor deberá otorgar al consumidor o usuario la posibilidad de que pueda escoger, entre la información recolectada,

aquella que no podrá ser suministrada a terceras personas, indicar si el suministro de información sobre los consumidores o usuario es parte integrante del modelo de negocio del proveedor, señalar si los consumidores o usuarios tendrán la posibilidad de limitar el uso de su información personal, y cómo la podrán limitar.

### **Claridad de información**

**Artículo 31.** A fin de evitar ambigüedad respecto a la intención del consumidor de efectuar alguna compra, deberá ser capaz, antes de concluir la compra, de determinar con precisión los bienes o servicios que desea adquirir, identificar y corregir cualquier error en la orden de compra, cancelar la transacción antes de concluir la compra, o bien expresar su consentimiento, así como conservar un completo y preciso registro de la transacción.

### **Confiabilidad de pago**

**Artículo 32.** A los consumidores se les deberá proporcionar mecanismos fáciles y seguros de pago, así como información acerca del nivel de seguridad de los mismos, indicando suficientemente las limitaciones al riesgo originado por el uso de sistemas de pago no autorizados o fraudulentos, así como medidas de reembolso o corresponsabilidad entre el proveedor y el emisor de tarjetas de crédito.

Los pagos por concepto de compras efectuadas a través de comercio electrónico serán reconocidos por parte del proveedor mediante facturas u otras expresiones que se enviarán al consumidor para su debido control. Los proveedores estarán obligados a mantener un registro electrónico o por otros medios de estos pagos, con su respaldo de seguridad respectivo, durante el tiempo que establezcan las leyes respectivas, luego de la realización de la compra.

### **Garantías**

**Artículo 33.** El proveedor de los servicios electrónicos deberá especificar las garantías que cubrirán la relación que surja entre éste y los consumidores y usuarios, las cuales deberán ser lo suficientemente claras y extensas para cubrir los inconvenientes que puedan derivarse.

## **Capítulo IV**

### **De la Protección en los Servicios**

#### **Constancia escrita**

**Artículo 34.** Las empresas prestadoras de servicios públicos a domicilio deben entregar al usuario constancia escrita de las condiciones de la prestación y de los derechos y obligaciones de ambas partes contratantes. Sin perjuicio de ello,

deberán mantener dicha información a disposición de los usuarios en todas las oficinas de atención al público.

Los servicios públicos domiciliarios regulados en otras disposiciones legales y cuya actuación sea controlada por los organismos que ella contempla, serán regidos por esas normas, aplicándose la presente Ley de manera supletoria.

### **Trato recíproco**

**Artículo 35.** Las empresas indicadas en el artículo anterior deben otorgar a los usuarios un trato recíproco, aplicando para los reintegros o devoluciones los mismos criterios que establezcan para los intereses de mora.

### **Registro de reclamos**

**Artículo 36.** Las empresas prestadoras de servicios deberán habilitar un registro de reclamos, donde quedarán asentados los reclamos de los usuarios. Dichos reclamos deben ser satisfechos en plazos perentorios, conforme con lo que establezca el Reglamento de la presente Ley.

### **Condiciones de seguridad**

**Artículo 37.** Los usuarios de servicios públicos domiciliarios que requieran instalaciones específicas, deberán ser convenientemente informados por el prestador del servicio sobre las condiciones de seguridad de las instalaciones y de los artefactos incorporados.

### **Constancia por escrito**

**Artículo 38.** Cuando un proveedor proceda a interrumpir el suministro de un servicio público domiciliario por la no cancelación del mismo, éste no podrá hacerse antes de los quince (15) días de haberse vencido el pago y sin una constancia fehaciente de recepción previa por parte del usuario de una notificación por escrito. El proveedor deberá otorgar un mínimo de cinco días hábiles posteriores a la constancia de notificación antes mencionada para que el suscriptor de un servicio pueda subsanar su morosidad.

### **Causa imputable**

**Artículo 39.** Cuando la prestación del servicio público domiciliario se interrumpa o sufra alteraciones, se presume que es por causa imputable a la empresa prestadora del servicio. Efectuado el reclamo por el usuario, la empresa dispone de un plazo máximo de treinta (30) días para demostrar que la interrupción o alteración no le es imputable. En caso contrario, la empresa deberá reintegrar el importe total del servicio no prestado dentro del plazo establecido precedentemente. Esta

disposición no es aplicable cuando el valor del servicio no prestado sea deducido de la factura correspondiente.

### **Presunción de errores de facturación**

**Artículo 40.** Cuando una empresa de servicio público domiciliario facture en un período un importe que exceda en un cincuenta por ciento el promedio del consumo efectivo del usuario en los doce últimos meses inmediatamente anteriores, corregidos por los ajustes de tarifas a que hubiese lugar por inflación, se puede presumir errores en la facturación. En este caso, el usuario podrá optar por cancelar una suma equivalente a este promedio mientras se hagan las investigaciones que comprueben el verdadero monto a pagar.

En el caso de que el usuario haya cancelado una suma en exceso de su facturación efectiva debidamente comprobada, la empresa prestadora del servicio deberá indemnizar al usuario con un crédito de idéntico monto, el cual deberá hacerse efectivo en la factura inmediatamente siguiente.

### **Regulación específica**

**Artículo 41.** La utilización de concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, como métodos asociados a la oferta, promoción o venta de determinados bienes, productos o servicios, será objeto de regulación específica en el Reglamento de esta Ley, fijando los casos, formas, garantías y efectos correspondientes, sin perjuicio de lo establecido en la ley que rige la materia.

### **Garantías**

**Artículo 42.** El proveedor de los servicios electrónicos deberá especificar las garantías que cubrirán la relación que surja entre éste y los consumidores y usuarios, las cuales deberán ser lo suficientemente claras y extensas para cubrir los inconvenientes que puedan derivarse.

### **Educación al consumidor**

**Artículo 43.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU), u organismo similar, los proveedores y las organizaciones de consumidores y usuarios deberán trabajar conjuntamente para educar a los consumidores acerca del comercio electrónico, fomentar en los consumidores que participan en el mismo la toma de decisiones informada, así como incrementar entre los proveedores y consumidores el conocimiento del marco legal de protección al consumidor aplicable a las operaciones en línea. Para ello harán uso de todos los medios efectivos, incorporando técnicas innovadoras.



## **Ámbito de aplicación**

**Artículo 44.** En caso de inexistencia de norma expresa sobre comercio electrónico se aplicará el resto de las normas y procedimientos previstos en esta Ley.

## **Sección II**

### **De la Información y la Publicidad**

#### **Capítulo VI**

### **De la Información y la Publicidad**

#### **Características de la información**

**Artículo 45.** Los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios en el mercado nacional deberán incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva, información veraz y suficiente sobre sus características esenciales, al menos en los siguientes aspectos:

1. Origen, naturaleza, composición y finalidad.
2. Calidad, cantidad, categoría o denominación usual si la tiene.
3. Fecha de producción o suministro, plazo recomendado para el uso o consumo, o fecha de caducidad de ser el caso.
4. Precio completo o presupuesto de ser el caso, y condiciones jurídicas de adquisición o utilización, indicando con claridad y de manera diferenciada el precio del bien o servicio y el importe de incrementos o descuentos, y de los costos adicionales por servicios, accesorios, financiamiento, aplazamiento o similares.
5. Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, con advertencia y riesgos previsible.

#### **Cumplimiento de la normativa vigente**

**Artículo 46.** Los órganos públicos con competencia en materia de defensa del consumidor y del usuario exigirán el estricto cumplimiento de la normativa vigente relativa a la fabricación, composición, envasado, presentación, etiquetado o cualquier sistema de información aprobado por la autoridad competente y publicidad de los productos y servicios circulantes en el mercado. Los órganos públicos llevarán a cabo acciones o campañas orientadas a la difusión e información de los derechos y deberes de consumidores y usuarios junto con las medidas para ejercerlos, promoviendo en especial la existencia de programas divulgativos sobre consumo en los medios de comunicación del Estado y privados.



## **Funcionamiento y limitaciones**

**Artículo 47.** Con el fin de facilitar a los consumidores y usuarios la información precisa para el adecuado ejercicio de los derechos que la presente Ley les reconoce, el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, gobernaciones y alcaldías, en el ámbito de sus competencias concurrentes en el ejercicio de la defensa y educación del consumidor y usuario, propiciarán la creación de oficinas de atención al consumidor y al usuario de carácter público o de las organizaciones de consumidores y usuarios que presten o puedan prestar en el futuro sus servicios o realizar actividades en el ámbito que les corresponda.

Las oficinas de atención al consumidor y al usuario deberán, dentro del ámbito de sus competencias, asistir y prestar apoyo técnico a las asociaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas, cuando éstas lo soliciten.

Queda prohibida toda forma de publicidad comercial expresa o encubierta en las oficinas de atención al consumidor y al usuario.

## **Comprobantes de negociación**

**Artículo 48.** El proveedor de bienes o el prestador de servicios están obligados a entregar factura o comprobante, que documente la venta, salvo disposición en contrario.

Cuando al momento de facturarse la venta no se entregue el bien, deberá indicarse en la factura o comprobante el lugar y la fecha en que se hará la entrega y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En las prestaciones de servicios deberá indicarse, en la factura o comprobante, los componentes materiales que se empleen, el precio unitario de los mismos y de la mano de obra, así como los términos y condiciones en que el prestador se obliga a garantizarlos.

**Artículo 49.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, es el órgano facultado para autorizar el tipo de marcaje que se empleará de acuerdo con la característica del producto o, a petición del interesado, autorizar un marcaje distinto si no fuese posible realizarlo de la manera señalada en esta Ley. La impresión o marcaje se efectuará mediante estampas debidamente adheridas al producto por troquelado o sellado. El marcaje debe ser de fácil lectura y en tinta indeleble.

Los proveedores de bienes y servicios que cuenten con la tecnología informática que les permita la identificación exacta y fácil de los mismos, podrán, previa

autorización y supervisión del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, incorporar estos elementos en el proceso de identificación de los referidos bienes o servicios.

**Artículo 50.** No se podrá imprimir o marcar más de un precio de venta al público en un mismo producto, remover las estampas, tachar o enmendar el precio indicado originalmente, ni fijar en listas precios superiores a los marcados.

Si sobre un mismo bien aparecieren indicados más de un precio de venta, se detecten tachaduras o enmiendas o se hayan fijado en listas para el público precios de venta superiores a los marcados, el consumidor pagará el precio de venta más bajo y el vendedor estará obligado a vender el producto por ese precio, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con esta Ley.

Cuando se trate de ventas por debajo del precio señalado originalmente, podrá utilizarse cualquier mecanismo capaz de materializar la oferta.

**Artículo 51.** Al producirse un aumento en el precio de venta de determinados bienes, las existencias de tales bienes marcadas al precio anterior deberán venderse sin el incremento. Esta norma rige para productores, importadores, mayoristas y detallistas.

**Artículo 52.** Cuando se hagan ofertas o promociones de productos a precios de venta al público que sean inferiores a los marcados o anunciados en las listas correspondientes, dichos bienes serán exhibidos con preferencia a sus semejantes de mayor precio.

Igual procedimiento rige para la venta de las existencias de los demás bienes cuyos precios hayan sido aumentados y, en consecuencia, deberán ser exhibidos, con igual prioridad con los que estén en oferta.

**Artículo 53.** En los bienes declarados de primera necesidad, el marcaje del precio máximo de venta al público establecido por el Ejecutivo Nacional deberá hacerlo el productor, el fabricante o el importador.

El precio de los servicios deberá ser anunciado mediante listas o carteles redactados en idioma oficial y en caracteres fácilmente legibles y visibles, los cuales deberán ser colocados en el interior o la entrada del establecimiento donde se preste el servicio, según el caso, al alcance del público. Cuando se trate de servicios públicos de uso o consumo masivo, los precios deberán ser anunciados por lo menos en dos diarios de circulación nacional, dentro de los diez días siguientes a su fijación por la autoridad competente.

**Artículo 54.** El Ejecutivo Nacional podrá establecer la obligación de los fabricantes o importadores de imprimir, según el caso, el Precio de Venta de Fábrica (PDF) o el Precio de Venta del Importador (PDI) y la fecha de determinación de dichos precios, en aquellos bienes en los que considere conveniente hacerlo para la defensa del consumidor.

**Artículo 55.** En los bienes o servicios no declarados de primera necesidad, el marcaje del precio lo hará quien haga la venta al consumidor final, salvo aquellos bienes o servicios que el Ejecutivo Nacional establezca que el marcaje debe ser hecho por el productor, el fabricante o el importador.

**Artículo 56.** El organismo público que tenga asignada la competencia en materia de precios y tarifas, podrá requerir de los productores, importadores, comercializadores o prestadores de servicio, cuando lo considere necesario, información exhaustiva de la estructura de costos, así como de las condiciones de venta de cualquier bien que produzcan, importen o comercialicen o de servicios que presten, sean o no de primera necesidad.

**Artículo 57.** El Ejecutivo Nacional, podrá excepcionalmente acordar la comercialización dentro del territorio nacional de determinados bienes declarados de primera necesidad producidos en el país.

### **Del precio**

**Artículo 58.** Los bienes y servicios deberán incluir el precio de los mismos, así como toda tasa o impuesto que los grave y que deba pagar el consumidor y usuario.

El monto del precio deberá indicarse en moneda nacional, de manera clara e inequívoca, y éste se expondrá a la vista del público, ya sea que se refiera a bienes o a servicios, con excepción de aquellos que por sus características especiales el precio deba regularse de común acuerdo.

Ningún bien podrá ser expuesto a la venta sin que lleve marcado o impreso su precio de venta al público y la fecha en que se hizo el marcaje. El fabricante, productor o importador debe marcar la fecha de expiración del lapso durante el cual el producto es apto para el consumo. No podrán ser expuestos a la venta aquellos productos cuya fecha de expiración haya llegado a su límite.

### **Idioma, precios, medidas, peso y código de barras**

**Artículo 59.** Los datos que contengan los productos o sus etiquetas, envases, empaques, así como la publicidad, información o anuncios relativos a la prestación de servicios, se expresarán en idioma oficial y en moneda nacional y unidades de medida correspondientes al sistema internacional de medida. Todo esto sin perjuicio

de la facultad del oferente de indicar, complementariamente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.

El reglamento de esta ley podrá determinar los casos y mecanismos para incorporar las nuevas tecnologías electrónicas, código de barras y otras, en el proceso de identificación o comercialización de bienes y servicios por parte de los proveedores, inclusive como mecanismo adicional.

En caso de productos de procedencia extranjera envasados en origen, deberá darse cumplimiento a lo previsto en el presente artículo, especificándose, además el origen del bien, sus ingredientes, volumen o cualquier otro dato que disponga el organismo correspondiente, sin perjuicio de lo establecido sobre la materia en otras leyes.

### **Limitación de textos**

**Artículo 60.** Las leyendas que incluyan las palabras "garantizado", "garantía" o cualquier otro sinónimo o equivalente, sólo podrán emplearse cuando indiquen en qué consiste la garantía, así como las condiciones, forma, plazo, fecha de vencimiento y el lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva.

### **Condiciones especiales**

**Artículo 61.** Las condiciones especiales en las cuales deba ofrecerse un bien o servicio con una norma de origen, apoyándose en conceptos, expresiones o cualquier calificativo de uso notorio en su promoción comercial, serán establecidas por el Reglamento de la presente Ley, sin menoscabo de lo que dictaminen los convenios, acuerdos y tratados internacionales suscritos por la República.

### **Especificación de uso**

**Artículo 62.** Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, deberá indicarse de manera precisa y clara tales circunstancias, dejándose constancia de ello en las facturas, comprobantes o remitidos correspondientes.

### **Concepto de comercio fraudulento**

**Artículo 63.** Se entenderá por publicidad falsa o engañosa todo tipo de información o comunicación de carácter comercial en que se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión, puedan inducir a engaño, error o confusión al consumidor, especialmente sobre:

1. El origen geográfico, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada.

2. Los componentes o ingredientes del bien ofrecido, o el porcentaje en que concurren en el mismo.
3. Los beneficios o implicancias del uso de éste o de la contratación del servicio.
4. Las características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, tales como dimensión, cantidad, utilidad, durabilidad u otra, juzgada razonable e indispensable en una normal contratación relativa a tales bienes o servicios.
5. La fecha de elaboración o de vida útil del bien.
6. Los términos de las garantías que se ofrezcan.
7. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.
8. El precio del bien o servicio ofrecido, formas de pago y costos del crédito.
9. Cualquier otro dato sobre el producto o servicio.

### **Comercio fraudulento**

**Artículo 64.** La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos, actividades o servicios, será perseguida y sancionada como fraude.

### **Limitación de publicidad**

**Artículo 65.** Se prohíbe la publicidad abusiva, la que para los efectos legales se entenderá como aquella publicidad de carácter discriminatorio de cualquier naturaleza, que incite a la violencia, explote el miedo, se aproveche de la falta de discernimiento, infrinja valores ambientales y morales, sea capaz de inducir al consumidor y al usuario a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

### **Concepto de anunciante**

**Artículo 66.** Para todos los efectos legales se entenderá por anunciante al proveedor de bienes o prestador de servicios que ha encargado la difusión del mensaje publicitario. En las controversias que pudieren surgir como consecuencia de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá probar la veracidad de las afirmaciones contenidas en el mensaje publicitario.

### **Publicidad falsa**

**Artículo 67.** Cuando la gravedad de las afirmaciones contenidas en un mensaje publicitario considerado falso o engañoso así lo amerite, la autoridad

correspondiente ordenará la difusión de la rectificación de su contenido, a costa del anunciante y por los mismos medios en que se difundió el mensaje.

### **Limitación en la publicidad**

**Artículo 68.** En caso de ventas o servicios promocionales, liquidaciones u ofertas especiales, se deberá indicar en la publicidad respectiva, el plazo de duración de las mismas, o en su caso, el volumen de mercaderías que se ofrezcan, así como las condiciones generales del negocio propuesto.

Cuando no se haya fijado término de duración o el volumen de mercaderías, se entenderá que la liquidación, promoción u oferta se extienden por un plazo de tres días, contados a partir del último anuncio. Sin embargo, el proveedor de bienes o servicios podrá eximirse de esta obligación, indicando el fin de las mencionadas promociones, liquidaciones u ofertas especiales de modo claro y por los mismos medios de publicidad en que éstas se anunciaron.

Cuando se anuncien descuentos sobre el Precio de Venta al Público (PVP) de un bien o servicio que excedan de los cuatro meses continuos, se entenderá que el precio descontado constituye un nuevo PVP y cesará toda campaña promocional que se fundamente en la existencia de dicho descuento. De proseguir promocionándose el bien o servicio con el mismo descuento sobre el Precio de Venta al Público (PVP) inicial, la campaña publicitaria, por el medio que fuere, será entendida como publicidad engañosa con las consecuencias que ello acarrea.

### **Opciones del consumidor**

**Artículo 69.** Si el proveedor de bienes o servicios de una promoción, liquidación u oferta especial no diere cumplimiento a lo anunciado, el consumidor podrá optar entre:

1. Exigir el cumplimiento forzoso de la obligación a cargo del proveedor.
2. Aceptar otro bien o la prestación de un servicio equivalente.
3. Rescindir el contrato si hubiere existido pago anticipado por parte del consumidor.

En todos estos casos tendrá derecho a reclamar una indemnización a cargo del oferente, la que no podrá ser inferior a la diferencia económica entre el precio del bien o del servicio objeto de la promoción u oferta y su precio corriente.

### **Divulgación gratuita**

**Artículo 70.** Las emisoras de radio y televisión estatales divulgarán gratuitamente los boletines informativos publicados por el Instituto Autónomo para la Defensa y



Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, referentes a los análisis y resultados de las investigaciones oficiales realizadas sobre bienes y servicios.

**Parágrafo Único.** Las emisoras radioeléctricas privadas, en conformidad con la responsabilidad social que les atañe, podrán contribuir gratuitamente a este mismo fin, lo que se considerará como una donación de tiempo de transmisión exonerado del pago del impuesto sobre la renta.

## Capítulo VII

### De la Educación y Formación en Materia de Consumo

#### Formación desde la educación básica

**Artículo 71.** Los ciudadanos tienen derecho a recibir desde la educación básica, la enseñanza de materias relacionadas con el consumo y el ejercicio de los derechos de consumidores y usuarios encaminados especialmente a:

1. Favorecer el desarrollo de la formación integral de la persona promoviendo la mayor libertad y racionalización del consumo, destacando la función social que el consumo cumple cuando se practica adecuadamente en razón de los condicionamientos de necesidad, calidad y precio.
2. Facilitar la mejor comprensión y utilización de los mecanismos para la solución amigable de las controversias, con el objeto de lograr la adecuada utilización de los bienes y servicios en la satisfacción de las necesidades individuales y colectivas; difundiendo los derechos y deberes de los consumidores y usuarios y las formas más adecuadas para ejercerlos.
3. Facilitar la divulgación de conocimientos sobre la prevención de riesgos y daños que tanto a las personas como al medio ambiente pudiese originar el consumo de productos o la utilización de bienes o prestación de servicios.
4. Promover patrones de consumo sustentable orientados a impulsar cambios en aquellos patrones de producción que sean dañinos al medio ambiente.

#### Colaboración institucional

**Artículo 72.** Los organismos públicos competentes adoptarán las medidas necesarias para hacer efectivo el derecho a la educación en materia de consumo, fomentando de manera prioritaria:



1. La inclusión de la educación del consumidor y usuario en todos los niveles y modalidades de la educación formal, y en la medida de lo posible en los de educación no formal.
2. La formación permanente en materia de consumo del personal docente.
3. La elaboración y publicación de métodos pedagógicos y materiales didácticos de apoyo a la educación y formación de los consumidores y usuarios.
4. La creación y difusión de programas educativos en los medios de comunicación estatales.

### **Divulgación de normas técnicas**

**Artículo 73.** La existencia de normas técnicas obligatorias sobre productos o bienes específicos, aprobadas por las instancias competentes, deben ser del conocimiento de los consumidores a través de campañas de educación diseñadas para tal efecto e instrumentadas de manera coordinada por el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, las alcaldías, gobernaciones, el o los organismos responsables de aprobar las normas industriales y de velar por su apego adscritos al Ministerio respectivo y los movimientos organizados de consumidores y usuarios. Así mismo la divulgación de la importancia que tiene la observación de estas normas para la salud y seguridad del consumidor y usuario, así como la relevancia que tiene la certificación de un bien o servicio con una marca especial de control de calidad.

El Estado fomentará la formación continuada del personal de los organismos, corporaciones y entidades públicas y privadas, relacionadas con la aplicación de la presente Ley, especialmente de quienes desarrollen funciones de ordenación, inspección, control de calidad e información.

## **Capítulo VIII**

### **De la Representación, Consulta y Participación.**

#### **Derecho a constituirse en asociaciones**

**Artículo 74.** Los consumidores y usuarios tienen derecho a constituirse en organizaciones o asociaciones, que ostenten la representación de sus asociados y puedan servir de instrumento para el ejercicio de sus derechos e intereses individuales y colectivos, siempre de conformidad con lo previsto en la presente Ley.

## Concepto de Asociación

**Artículo 75.** Se entenderá por asociación de consumidores y usuarios, toda organización constituida por un mínimo de veinticinco personas naturales, y tendrá como finalidad la defensa de los intereses, incluyendo la información y educación de los consumidores y usuarios, bien sea con carácter general, bien en relación con productos o servicios determinados; podrán ser declaradas de utilidad pública, integrarse en agrupaciones y federaciones con idénticos fines, percibir ayudas y subvenciones, representar a sus asociados y ejercer las correspondientes acciones en defensa de los mismos, de la asociación o de los intereses generales de los consumidores y usuarios.

### Requisitos.

**Artículo 76.** Para poder actuar como tales en la promoción y defensa de los derechos que esta Ley consagra, las asociaciones de consumidores y usuarios deberán cumplir con los siguientes requerimientos:

1. Estar completamente desinteresados en la promoción de causas comerciales o políticas.
2. No tener fines de lucro.
3. No aceptar anuncios de carácter comercial en sus publicaciones.
4. No permitir la explotación comercial selectiva en la información y consejo que ofrezcan al consumidor.
5. Inscribirse en el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, en las gobernaciones o en las alcaldías donde no exista representación directa del INDECU.

### Finalidad

**Artículo 77.** Serán finalidad de las asociaciones de consumidores y usuarios:

1. Promover y proteger los derechos de los consumidores y usuarios.
2. Representar los intereses individuales o colectivos de los consumidores y usuarios ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan.
3. Representar los intereses de los consumidores y usuarios ante las autoridades del gobierno, o ante los proveedores.

4. Estimular el acercamiento entre consumidores, usuarios y proveedores de bienes y servicios mediante el intercambio de información relevante para ambos que favorezca la calidad y la efectividad en la comercialización de bienes y en la prestación de servicios de parte de los proveedores.
5. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva acerca de los bienes y servicios existentes en el mercado.
6. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva acerca de las necesidades, demandas y requerimientos de consumidores y usuarios.
7. Promover y difundir mecanismos de intercambio entre proveedores, consumidores y usuarios, orientados a estimular la optimización de la calidad de bienes y servicios, la permanente satisfacción de los requerimientos y necesidades de los consumidores y usuarios, la educación y el consumo sustentable.
8. Realizar programas de capacitación, orientación y educación del consumidor y usuario.
9. Promover en los consumidores, usuarios y proveedores de bienes y servicios la adopción de modelos de producción y de consumo sustentables.

**Artículo 78.** El patrimonio de las asociaciones y federaciones de consumidores y usuarios estará integrado por los aportes de sus socios, las donaciones que perciban del Estado o de particulares y las que provengan de actividades que éstas realicen para su sostenimiento. En ningún caso podrán:

1. Incluir como asociados a personas jurídicas que persigan fines de lucro.
2. Percibir ayudas o subvenciones de empresas o agrupaciones empresariales en términos tales que pueda condicionar o inhibir sus actividades en defensa del consumidor; y
3. Realizar publicidad comercial sobre bienes y servicios.

El Estado podrá tomar las previsiones que crea conveniente para asistir a aquellas asociaciones de consumidores y usuarios que hayan presentado programas, proyectos o planes de acción y defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, debidamente sustentados.

### **Ámbito de aplicación**

**Artículo 79.** Las asociaciones de consumidores y usuarios, y toda otra organización de carácter similar, estarán sujetas a las normas del Código Civil pertinentes en cuanto a registro y suministro de información contable referente al uso de los fondos



públicos, donaciones privadas, cotizaciones u otros ingresos que les fuesen asignados.

Será aplicable la ley contra aquellos representantes de asociaciones de consumidores y usuarios a quienes se les compruebe un uso indebido, para provecho propio o de terceros, de los fondos públicos que les fueran confiados.

## **Capítulo IX**

### **De la Protección Jurídica**

#### **Adopción de medidas**

**Artículo 80.** Sin perjuicio del derecho de recurrir directamente a la vía judicial ordinaria, los consumidores y usuarios y sus organizaciones tienen derecho a obtener protección sobre sus derechos e intereses, a cuyo efecto, los entes y órganos públicos deberán adoptar las medidas adecuadas para equilibrar las situaciones de desprotección o indefensión en que aquellos individual o colectivamente puedan encontrarse.

#### **Acciones individuales o colectivas**

**Artículo 81.** La defensa de los derechos establecidos en esta Ley podrá ser ejercida tanto a título individual como colectivo. Podrá ser ejercida colectivamente cuando se encuentren involucrados intereses o derechos colectivos o difusos.

El reclamo administrativo de indemnización por parte de todos los representados colectivamente podrá negociarse también de manera colectiva o individual, según sean los intereses de los representados.

## **TÍTULO III**

### **DE LA PROTECCIÓN CONTRACTUAL**

#### **Capítulo I**

##### **Del Contrato de Adhesión**

#### **Concepto de Contrato de Adhesión**

**Artículo 82.** Se entenderá como contrato de adhesión, a los efectos de esta Ley, aquel cuyas cláusulas han sido aprobadas por la autoridad competente o establecidas unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar sustancialmente su contenido al momento de contratar.

La inserción de otras cláusulas en el contrato no altera la naturaleza descrita de contrato de adhesión.

### **Claridad de los contratos**

**Artículo 83.** Todo contrato de adhesión deberá encontrarse a la disponibilidad del público, bien de manera impresa o a través de la utilización de medios electrónicos, con caracteres legibles a simple vista y en idioma castellano, inglés o portugués.

Deberá estar redactado en términos claros y comprensibles para el consumidor y no podrá contener remisiones a textos o documentos que, no siendo de conocimiento público, no se faciliten al consumidor previa o simultáneamente a la celebración del contrato de adhesión.

De todo contrato celebrado entre proveedores y consumidores deberá darse copia impresa o electrónica a las partes para su lectura o información con anticipación a la fecha prevista para su otorgamiento.

Las cláusulas que en los contratos de adhesión implicaren limitaciones a derechos patrimoniales del consumidor y/o usuario, deberán estar impresas en caracteres destacados, que faciliten su lectura y fácil comprensión.

### **Prohibición de modificación en las condiciones**

**Artículo 84.** Queda prohibida la modificación unilateral de las condiciones de precio, calidad o suministro de un bien o servicio tipificadas en un contrato de adhesión celebrado entre las partes. En el caso de contratos de adhesión con vigencia temporal de mediano o largo plazo, que justifique, desde el punto de vista económico, cambios en la facturación, en las condiciones de suministro o en la relación precio/calidad de los servicios ofrecidos, el proveedor deberá informar al consumidor o usuario, con una antelación mínima de un mes, las modificaciones en las condiciones y términos de suministro del servicio. El consumidor o usuario tomará la decisión de continuar con el mismo proveedor o rescindir el contrato. De no aceptarse las nuevas condiciones y términos por parte del consumidor o usuario, se entenderá que el contrato queda rescindido. En este caso, el retiro de las instalaciones o equipos se hará de acuerdo con lo convenido en el contrato de adhesión, en forma tal de no perjudicar al consumidor o usuario, y se hará a expensas del proveedor.

En todo cambio de las condiciones de un contrato de adhesión por las razones mencionadas en el párrafo anterior, el proveedor debe suministrarle al consumidor o usuario información perfectamente verificable sobre las condiciones que, para un servicio de similares características, ofrezcan por lo menos tres competidores existentes en el mercado. De ejercer el proveedor una posición monopólica en el

suministro del bien o servicio en cuestión, las modificaciones en los contratos de adhesión tendrán que ser autorizadas, previa justificación documentada, por la autoridad competente.

En los casos en que el consumidor o usuario esté condicionado por sus condiciones de empleo a usar un proveedor particular de un servicio, como es el caso de las cuentas de nómina de empresa que manejan con carácter de exclusividad los bancos, todo cambio en las condiciones de los contratos de adhesión, deberán ser negociadas con el colectivo afectado.

### **Derecho de retractarse**

**Artículo 85.** El consumidor o usuario tendrá derecho a retractarse siempre, dentro de un plazo de siete (7) días contados desde la firma del contrato o desde la recepción del producto o servicio, por justa causa y si no hubiere hecho uso del bien o servicio, especialmente cuando el contrato se hubiere celebrado fuera del establecimiento comercial, especialmente si ha sido celebrado por teléfono o cualquier otro medio electrónico, o en el domicilio del consumidor. En el caso que ejercite oportunamente este derecho, le será restituido el precio cancelado previa deducción de los gastos en que haya incurrido el proveedor en su entrega, siempre y cuando el bien entregado tenga características idénticas a las que fueron pautadas en el contrato de adhesión.

### **Opciones del consumidor**

**Artículo 86.** El consumidor o usuario podrá optar por pedir la rescisión del contrato de adhesión o la reducción del precio, sin perjuicio de exigir la indemnización por daños y perjuicios, cuando el bien o servicio, objeto del contrato, tenga defectos o vicios ocultos que le hagan inservible o que disminuyan de tal modo su calidad, que el consumidor o usuario no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

### **Interpretación de la ley**

**Artículo 87.** Las cláusulas de los contratos de adhesión serán interpretadas y apegadas a la legalidad y la justicia del modo más favorable al consumidor y usuario.

### **Nulidad de las cláusulas en los contratos de adhesión**

**Artículo 88.** Se considerarán nulas de pleno derecho las cláusulas o estipulaciones establecidas en el contrato de adhesión que:



1. Exoneren, atenúen o limiten la responsabilidad de los proveedores por vicios de cualquier naturaleza de los bienes o servicios prestados.
2. Impliquen la renuncia a los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores o usuarios, o de alguna manera limite su ejercicio.
3. Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor o usuario.
4. Impongan la utilización obligatoria del arbitraje.
5. Permitan al proveedor la variación unilateral del precio o de otras condiciones del contrato.
6. Autoricen al proveedor a rescindir unilateralmente el contrato, salvo cuando se conceda esta facultad al consumidor para el caso de ventas por correo a domicilio o por muestrario.
7. Fijen el dólar de los Estados Unidos de América o cualquier otra moneda extranjera como medio de pago de obligaciones en el país, como mecanismo para eludir, burlar o menoscabar la aplicación de las leyes reguladoras del arrendamiento de inmuebles y demás leyes dictadas en resguardo del bien público o del interés social. En estos casos se efectuará la conversión de la moneda extranjera al valor en bolívares de conformidad con el valor de cambio vigente para la fecha de la suscripción del contrato.
8. Cualquier otra cláusula o estipulación que imponga condiciones injustas de contratación o exageradamente gravosas para el consumidor, le causen indefensión o sean contrarias al orden público y la buena fe.
9. Establezcan como domicilio especial para la resolución de controversias y reclamaciones por vía administrativa o judicial un domicilio distinto a la localidad donde se celebró el contrato, o el consumidor o usuario tenga establecida su residencia.

### **Legislación aplicable**

**Artículo 89.** Formarán parte del contrato de adhesión, en lo que a las cláusulas nulas se refiere, las disposiciones generales de la presente Ley y en forma supletoria las disposiciones de los Códigos Civil y de Comercio (similares en otros países), según le sean aplicables.



## TÍTULO IV

### DE LAS OPERACIONES A CRÉDITO

#### Obligación de informar

**Artículo 90.** Cuando se efectúen compraventas de productos o prestaciones de servicios que incluyan el otorgamiento de créditos al consumidor o usuario, el proveedor de los bienes y servicios estará obligado a informar previamente a éste de:

1. El precio al contado del bien o servicio en cuestión.
2. El monto de intereses a cobrar.
3. La tasa de interés a cobrar, así como la tasa de interés de mora.
4. Toda comisión o gasto por cobranza a ser imputada a la operación de venta a crédito, incluyendo los gastos de administración y transporte si los hubiere.
5. La suma total a pagar por el referido bien o servicio. (durante el plazo máximo de la operación).
6. Los derechos y obligaciones de las partes en caso de incumplimiento.
7. Entregar un ejemplar del contrato al usuario, para su revisión por lo menos con cinco días hábiles de anticipación al otorgamiento.

#### Del pago anticipado y abono al capital

**Artículo 91.** En toda venta o prestación de un servicio a crédito, el consumidor o usuario tendrá el derecho a pagar anticipadamente el total de lo adeudado o a realizar abonos a capital para disminuir el monto total adeudado. En todo caso, los intereses a pagar se calcularán sobre el capital por amortizar.

No será objeto de cláusula penal el cobro de comisión, ni producirán ninguna clase de comisión los pagos anticipados efectuados por el consumidor o usuario.

En caso de realizarse pagos anticipados, el consumidor o usuario tendrá la opción de escoger entre la reducción del monto de las cuotas mensuales establecidas o la reducción del plazo del contrato.

#### Fijación de intereses

**Artículo 92.** En las operaciones de ventas a créditos de cualquier tipo de bienes o servicios, y los financiamientos para esas operaciones no podrán obtenerse por

concepto de intereses, comisiones o recargos, ninguna cantidad que exceda los límites máximos fijados o permitidos por el Banco Central.

Los intereses de financiamiento que generen dichas operaciones no se podrán capitalizar, debiendo en todo caso acumularse en una cuenta separada del capital adeudado, sin devengar ninguna clase de interés o cobro por su manejo. La violación de este artículo se considerará delito de usura.

## TÍTULO V

### DE LA RESPONSABILIDAD DEL PROVEEDOR

#### Responsabilidad civil y administrativa

**Artículo 93.** Los proveedores de bienes o servicios, cualquiera sea su naturaleza jurídica, incurrirán en responsabilidad civil y administrativa, tanto por los hechos propios como por los de sus dependientes o auxiliares, permanentes o circunstanciales, aun cuando no tengan con los mismos una relación laboral.

#### Responsabilidad solidaria

**Artículo 94.** Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados en los bienes y servicios prestados, los productores, fabricantes, ensambladores, importadores, comerciantes con marca propia, distribuidores y expendedores y aquellos que hayan participado en la cadena de distribución.

Serán responsables en la distribución de bienes, los fabricantes, ensambladores los productores e importadores, comerciantes con marca propia a menos que se compruebe un manejo inadecuado o negligente por parte de otro eslabón de la cadena de distribución y comercialización que afecte el bien o servicio en términos tales que ocasione daños al consumidor o usuario en los términos establecidos por la presente Ley.

La responsabilidad concreta de un agente particular de la cadena de distribución o comercialización será determinada por investigaciones específicas realizadas o encargadas por el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, cuando sea el caso.

#### Indemnización por daños y perjuicios

**Artículo 95.** Los consumidores y usuarios, tendrán derecho, además de la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien en un plazo razonable y, cuando ello no sea posible a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en los siguientes casos:

1. Cuando los productos sujetos a normas de calidad de cumplimiento obligatorio, no cumplan las especificaciones correspondientes.
2. Cuando los materiales, elementos, sustancias o ingredientes que constituyen o integran los productos, no correspondan a las especificaciones que ostentan.
3. Cuando la "ley de los metales" de los artículos de joyería u orfebrería sea inferior a la que en ellos se indica.
4. Cuando el producto se hubiera adquirido con determinada garantía y dentro del lapso de ella, se pusiera de manifiesto la deficiencia de la cualidad o propiedad garantizada siempre que se hubiera destinado a un uso o consumo normal de acuerdo con las circunstancias y a su naturaleza.
5. Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración estructura, calidad o condiciones sanitarias, según el caso, no sea apto para el uso al cual está destinado.
6. Cuando el proveedor y consumidor hubieren convenido que los productos objeto del contrato debieran reunir determinadas especificaciones que no se cumplen.

### **Reposición del producto**

**Artículo 96.** Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto o a la devolución de la suma pagada en exceso por el mismo, en los siguientes casos:

1. Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que se solicitó o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque.
2. Cuando el instrumento empleado en la medición del contenido, cantidad, volumen u otra enunciación semejante, haya sido utilizado en perjuicio del consumidor o fuera de los límites de tolerancia permitidos en este tipo de mediciones.

### **Reparación y Garantía**

**Artículo 97.** El consumidor o usuario de un bien o servicio de naturaleza duradera tendrá derecho como mínimo a la reparación completamente gratuita de los vicios o defectos y de los daños y perjuicios por ellos ocasionados, o en los supuestos en que la reparación efectuada no fuere satisfactoria y el objeto de la garantía no revistiese las condiciones óptimas para cumplir el uso al cual estuviere destinado, el titular de la garantía tendrá derecho a la sustitución del bien o servicio por otro similar, o a la devolución del precio pagado.

## **Responsabilidad del anunciante**

**Artículo 98.** Las acciones emanadas de los artículos 73, 74, 75 y 76 de esta Ley podrán interponerse contra el anunciante de la cadena de comercialización.

## **Consecuencias de la mora por parte del proveedor**

**Artículo 99.** La mora en el cumplimiento de las obligaciones a cargo del proveedor de bienes o prestador de servicios permitirá al consumidor pedir la rescisión del contrato, sin perjuicio de las indemnizaciones que pudieren corresponderle.

## **Garantía por escrito**

**Artículo 100.** Los fabricantes e importadores de bienes de naturaleza duradera y los prestadores de servicios deberán ofrecer al consumidor y al usuario garantías suficientes por escrito contra los desperfectos y mal funcionamiento, vicios ocultos o cualquier otro riesgo de acuerdo con la naturaleza del bien o servicio. Los proveedores o expendedores serán solidariamente responsables de dar cumplimiento a tales garantías.

Dichas garantías deberán ser emitidas y tomarán la forma de certificados, los cuales incluirán, por lo menos, los siguientes datos:

1. El producto o servicio garantizado.
2. La identidad del garante y de la persona beneficiaria de la garantía.
3. Las obligaciones del garante en relación con lo previsto en el encabezamiento de este artículo.
4. Los derechos del beneficiario, con indicación de las personas que puedan cumplir por el garante.
5. La fecha de expedición y la duración de la garantía, sus condiciones, el tiempo dentro del cual fue recibido el reclamo; debe el garante reparar o sustituir el producto o servicio garantizado o rembolsar el precio al consumidor o usuario.

El proveedor y el fabricante están obligados a hacer efectiva la garantía ante el consumidor en el plazo establecido.

Los consumidores y usuarios tendrán derecho cuando adquieran bienes y servicios de naturaleza duradera a un servicio técnico y a la existencia de repuestos durante un lapso determinado.

La regulación de las garantías será objeto del Reglamento de esta Ley y la inexistencia del certificado de garantía será suplida por la factura o comprobante que demuestre la adquisición del bien o pago del servicio.

### **Norma de certificación de calidad**

**Artículo 101.** Los bienes y servicios sobre los cuales existe una reglamentación técnica aprobada por el organismo competente de normalización y certificación de calidad, tendrán que garantizar el cumplimiento de la reglamentación correspondiente durante la existencia del bien posterior a la venta del mismo.

### **Reparación gratuita**

**Artículo 102.** Cuando un bien objeto de reparación, presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, dentro del lapso de la garantía otorgada por el servicio prestado, el consumidor tendrá derecho a que se le repare el bien en el plazo más breve posible y sin costo adicional, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios a que hubiere lugar. El plazo de garantía quedara prorrogado por un lapso de tiempo igual al que duro la reparación.

### **Indemnización**

**Artículo 103.** Cuando el bien u objeto de un servicio de acondicionamiento, reparación, limpieza u otro similar, sufriera tal menoscabo o deterioro que disminuya su valor o lo torne total o parcialmente inapropiado para el uso normal a que está destinado, el prestador del servicio deberá indemnizar al consumidor por la pérdida ocasionada.

### **Reparación con repuestos nuevos**

**Artículo 104.** En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea la reparación de cualquier tipo de bienes, se entenderá implícita la obligación, a cargo del prestador del servicio, de emplear en tal reparación componentes o repuestos nuevos y adecuados al bien de que se trate, sin perjuicio de la libertad de las partes para convenir expresamente lo contrario.

El incumplimiento de esta obligación dará lugar, además de las sanciones e indemnizaciones que correspondan, a que se obligue al prestador del servicio a sustituir sin cargo adicional alguno los componentes o repuestos de que se trate.

### **Reparación con piezas reconstruidas**

**Artículo 105.** Cuando en la reparación de un bien se hayan utilizado piezas reconstruidas, previa autorización del consumidor o usuario, éstas deberán ser garantizadas por un lapso no menor de noventa (90) días, a partir de la recepción



del bien por parte del consumidor o usuario. En caso de que éstos suministren los repuestos para la reparación, quien la efectúe garantizará solamente la mano de obra y el servicio prestado.

## TÍTULO VI

### DEL SISTEMA NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

#### Capítulo I

##### De la Organización del Sistema

##### **Órganos de aplicación administrativa de la Ley.**

**Artículo 106.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, forma conjuntamente con los organismos estatales, municipales y locales de protección al consumidor y con las asociaciones y federaciones de consumidores el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y Usuario (SNPCU), del cual será el órgano rector en la aplicación administrativa de la presente Ley, impartiendo las orientaciones generales de las actividades a desarrollar y organizando, colaborando y supervisando en toda la República las actuaciones de los organismos municipales y locales en defensa de los consumidores y usuarios. Los productores y comerciantes que así lo manifiesten, podrán afiliarse al Sistema Nacional de Protección al Consumidor y Usuario (SNPCU). No obstante, no podrán contribuir con el financiamiento de ningún ente de protección al consumidor, cuando tal contribución pudiera coartar, inhibir o desviar la finalidad del ente en defensa y protección del consumidor y usuario, de conformidad con lo estipulado en esta Ley, ni participar en la toma de aquellas decisiones que se decidan por voto.

##### **Competencia municipal.**

**Artículo 107.** En los municipios o localidades en los cuales no funcionen oficinas del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, el alcalde o el funcionario en quien éste delegue esa atribución conocerá de la aplicación de esta Ley, su Reglamento y demás disposiciones dictadas en su ejecución. En el ejercicio de estas funciones se considerarán órganos auxiliares del INDECU y sus actuaciones en esta materia quedan reguladas por la presente Ley.

##### **De los convenios**

**Artículo 108.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, podrá celebrar convenios de asistencia



y colaboración con las alcaldías y gobernaciones a fin de lograr una mejor coordinación en la ejecución de las actividades reguladas por la presente Ley y su Reglamento.

## Capítulo II

### Del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y Usuario

#### INDECU u organismo similar

**Artículo 109.** Se crea el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, con personalidad jurídica, patrimonio propio, autonomía técnica, financiera, organizativa, administrativa y funcional, adscrito al ministerio con competencia sobre protección al consumidor, su personal se regirá por un estatuto especial en el cual se establezcan las disposiciones que regulen el sistema de administración de personal. El Instituto u organismo similar, será el organismo competente para la aplicación administrativa de la presente Ley y su Reglamento y las disposiciones que el Ejecutivo Nacional dicte en el ejercicio de las funciones que le están atribuidas. El Instituto u organismo similar, contará con las Salas de Sustanciación y de Conciliación y Arbitraje y demás órganos para la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios.

#### Organización territorial

**Artículo 110.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, tendrá su sede en la capital de la República y podrá establecer oficinas en otras ciudades del país.

#### Atribuciones del INDECU u organismo similar

**Artículo 111.** Son atribuciones del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar:

1. Administrar la aplicación de la presente Ley y su Reglamento.
2. Sustanciar, tramitar y decidir los procedimientos iniciados de oficio, por denuncia o por solicitud, para determinar la comisión de hechos violatorios de esta Ley o de las disposiciones dictadas en su ejecución y aplicar las sanciones administrativas que correspondan.
3. Educar e informar al proveedor, al consumidor y al usuario sobre sus deberes y derechos.



4. Orientar y educar a los consumidores y usuarios y defenderlos frente a las transgresiones a las disposiciones consagradas en esta Ley.
5. Coordinará con los organismos competentes, según el caso, las acciones tendentes a hacer efectiva la defensa de los derechos de los ahorristas, asegurados y usuarios de servicios prestados por: la banca, las entidades de ahorro y préstamo, las cajas de ahorro y préstamo, las empresas operadoras de tarjetas de crédito, los fondos de activos líquidos y otros entes financieros.
6. Conocer y procesar las denuncias formuladas por los compradores de viviendas u otros inmuebles, incluso aquellos establecidos en forma de multipropiedad o tiempo compartido.
7. Requerir de cualquier persona natural o jurídica, pública o privada la información o documentación necesaria para el cumplimiento de sus funciones.
8. Efectuar sondeos, encuestas e investigaciones sobre las necesidades e intereses del consumidor y del usuario.
9. Promover y realizar cursos, seminarios, conferencias, publicaciones y otras acciones dirigidas a la educación y asesoramiento de los consumidores y usuarios.
10. Estimular la publicación de revistas, boletines y cualquier tipo de textos de interés para los consumidores y usuarios.
11. Velar porque los órganos y entes públicos respeten los derechos e intereses de los consumidores y usuarios y coadyuven en su defensa.
12. Denunciar ante los organismos competentes los hechos perjudiciales al consumidor y al usuario que estén tipificados como delitos en el Código Penal o en otras leyes y hacer el seguimiento de los procedimientos iniciados.
13. Velar porque se le presenten, en caso de reclamo, las pruebas demostrativas correspondientes, a los usuarios de los servicios de agua, gas, teléfono, áreas conexas, energía eléctrica, servicios bancarios, aéreos, financieros, de servicios y otros similares. A requerimiento del usuario podrán practicarse conjuntamente con funcionarios técnicos debidamente calificados, inspecciones destinadas a certificar el buen funcionamiento de los instrumentos técnicos destinados a la medición del consumo o a la prestación del servicio. El usuario podrá solicitar experticias técnicas en aquellos instrumentos que no estén a la vista.
14. Sustanciar y decidir los procedimientos para determinar la comisión de hechos violatorios de esta Ley o de las disposiciones dictadas en su ejecución. Estos procedimientos podrán iniciarse de oficio o por denuncia de la parte afectada en sus derechos.

15. Promover y difundir el desarrollo de sistemas de información que registren data de requerimientos y necesidades de los consumidores, denuncias formuladas, encuestas y sondeos, publicaciones, campañas educativas y demás operaciones que faciliten la defensa y educación del consumidor, y que resulten de interés de los proveedores y consumidores.

16. Promover y estimular la generación de bienes y servicios nacionales con niveles de calidad acordes a los estándares internacionales.

17. Suscribir acuerdos de cooperación con organismos internacionales para promover la seguridad y la protección del consumidor en las transacciones comerciales basadas en las redes de comunicación de libre acceso como la Internet.

18. Llevar a cabo estudios, en coordinación con el ministerio de adscripción, sobre canales de distribución y venta de distintos rubros, que permita dar a conocer al público consumidor, información sobre costos relativos del proceso y que sirva de base para la promoción de políticas que incentiven la modernización del sector.

19. Establecer centros de información y atención al público consumidor y usuario en terminales de transporte aéreo, terrestres y marítimos, centros comerciales, sitios turísticos y demás lugares que por la afluencia de público y las actividades mercantiles que en ellos se generan, sean considerados por el Instituto u organismo similar, como de atención prioritaria.

20. Efectuar reuniones cada seis (06) meses con las asociaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas, a fin de informar sobre los planes y proyectos.

21. Delegar, en forma concurrente, en las alcaldías de los municipios donde no existan oficinas del Instituto, las atribuciones para la aplicación administrativa de la presente Ley y su Reglamento.

22. Las demás que le señalen ésta y otras leyes y los reglamentos correspondientes.

Las facultades del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, en materia de inspección y fiscalización, podrán ser ejercidas de oficio. Éstas podrán ser practicadas en los centros de producción, establecimientos dedicados a la comercialización de bienes o a la prestación de servicios, en los recintos aduanales y almacenes privados de acopio de bienes, para averiguar y determinar, si fuere el caso, la comisión de hechos violatorios de esta Ley o de su Reglamento. El Instituto podrá solicitar auxilio de la fuerza pública quien estará obligada a prestarlo.

## **Del Consejo Directivo**

**Artículo 112.** El Instituto Autónomo para la Defensa y la Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, tendrá un Consejo Directivo integrado por un Presidente y cuatro Directores, designados por el Presidente de la República.

Los miembros del Consejo Directivo durarán dos años en sus funciones y podrán ser designados para nuevos períodos. El Presidente y los Directivos del Consejo Directivo podrán ser removidos de sus cargos en los siguientes supuestos:

1. En caso de condena penal que implique privación de libertad o auto de responsabilidad administrativa dictado por la Contraloría General de la República.
2. Por incurrir en el supuesto de incompatibilidad con otro cargo, profesión o actividad que menoscabe el estricto cumplimiento de los deberes, a menos que se trate de cargos académicos, asistenciales y docentes, siempre y cuando estos cargos no menoscaben el cumplimiento de la función sobrevenida.
3. Por incumplimiento de los deberes de sus cargos, conforme a la ley respectiva.
4. Cuando dicha remoción sea formalmente solicitada por más del cincuenta por ciento de los miembros de la totalidad de las asociaciones de consumidores y usuarios y similares, inscritos en el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar.

## **Sujetos no aceptados**

**Artículo 113.** No podrán integrar el Consejo Directivo:

1. Los declarados en quiebra culpable o fraudulenta y los condenados por delitos contra la propiedad, la fe pública o el patrimonio público, así como por los delitos tipificados en la Ley Orgánica sobre Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas y en la Ley Penal del Ambiente (similares en otros países).
2. Los que tengan con el Presidente de la República o el ministro de adscripción, parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, o sean cónyuge de alguno de ellos.
3. Los miembros de las direcciones de las organizaciones políticas y empresariales.

## **Requisitos de elegibilidad**

**Artículo 114.** El Presidente del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, y sus directivos deberán ser mayores de edad, de reconocida probidad, experiencia y competencia. El

Reglamento de esta Ley establecerá la organización del Instituto y sus direcciones, así como la competencia y condiciones especiales que deben reunir los directores.

### **Atribuciones del Presidente del INDECU u organismo similar**

**Artículo 115.** El Presidente del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, será la máxima autoridad ejecutiva del mismo, y como tal tendrá los siguientes deberes y atribuciones:

1. Dirigir la administración interna del Instituto u organismo similar y nombrar y remover el personal del mismo.
2. Convocar y presidir las reuniones del Consejo Directivo.
3. Ejercer la representación legal del Instituto, pudiendo constituir apoderados, previa aprobación del Consejo Directivo.
4. Suscribir los actos administrativos, correspondencia y demás documentos del Instituto.
5. Suscribir contratos, previa aprobación del Consejo Directivo.
6. Delegar la aplicación administrativa de la presente Ley y sus reglamentos en las coordinaciones regionales del Instituto y en las alcaldías de los municipios donde no existan oficinas del Instituto en el territorio de los respectivos estados o municipios, según corresponda.
7. Delegar atribuciones y la firma de documentos en funcionarios de alto rango del Instituto, conforme a la providencia administrativa respectiva.
8. Ordenar investigaciones e inspecciones a las actividades y establecimientos de los proveedores de bienes y servicios.
9. Aplicar las sanciones administrativas a imponer a los proveedores de bienes y servicios que hayan cometido ilícitos administrativos violentando la presente Ley.
10. Impartir órdenes e instrucciones a los funcionarios del Instituto, dentro de las competencias del mismo.
11. Someter a consideración del organismo respectivo, los sistemas de clasificación y remuneración de cargos adaptados a las características particulares del Instituto.
12. Las demás que le señalen ésta y otras leyes.

### **Patrimonio del INDECU u organismo similar**

**Artículo 116.** El patrimonio del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, estará constituido por:

1. Los aportes asignados por el Ejecutivo Nacional en la Ley de Presupuesto.
2. Los aportes extraordinarios que le acuerde el Ejecutivo Nacional.
3. El producto de las multas impuestas por violación de las disposiciones de esta Ley.
4. Las donaciones o legados aceptados por el Instituto.
5. Los demás ingresos que reciba por cualquier otro título.

## **TÍTULO VII**

### **DE LOS ILÍCITOS**

#### **Capítulo I**

#### **Disposiciones Comunes**

#### **Inhibición del funcionario**

**Artículo 117.** Todo funcionario del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, en caso de existir cualquier causal que pueda afectar la imparcialidad e independencia de su juicio, deberá inhibirse del conocimiento de aquellos asuntos cuya competencia le esté legalmente atribuida.

#### **Legislación aplicable**

**Artículo 118.** Para todo lo no previsto en la presente Ley se aplicarán en forma supletoria las normas de la ley administrativa respectiva.

#### **Capítulo II**

#### **De los Ilícitos Administrativos y sus Sanciones**

#### **Multas por incumplimiento en operaciones comerciales**

**Artículo 119.** Los proveedores que incumplan las obligaciones establecidas en los artículos 33, 34, 37, 39, 47, 57 y 58 de esta Ley serán sancionados con multa de un (01) salario mínimo a cien (100) salarios mínimos.

### **Multas por incumplimiento en la obligación de suministro, libertad de comercialización y especificación de uso.**

**Artículo 120.** Los proveedores que no respeten las estipulaciones previstas en los artículos 21, 22 y 61 de la presente Ley serán sancionados con multa de un (01) salario mínimo a doscientos (200) salarios mínimos.

### **Multa por la publicidad falsa y engañosa, comercio fraudulento y trato discriminatorio**

**Artículo 121.** Los proveedores que incumplan las obligaciones previstas en los artículos 54, 63, o que violen el derecho consagrado en el artículo 6, numeral 10, de esta Ley, serán sancionados con multa de un (01) salario mínimo a doscientos cincuenta (250) salarios mínimos, o cierre del establecimiento comercial o la suspensión del servicio hasta por quince (15) días. El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, ordenará además, que el infractor realice a su cargo la respectiva publicidad correctiva a costa del interesado cuando corresponda.

### **Multa por incumplimiento del deber de comunicar, retirar o sustituir, prohibición de importación, derecho de reclamo, pago anticipado y abono al capital, reposición del producto, reparación y garantía**

**Artículo 122.** Los proveedores que incumplan las obligaciones previstas en los artículos 8, 9, 11, 13, 89, 94 y 95 de la presente Ley, serán sancionados con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos, o cierre del establecimiento comercial o la suspensión del servicio hasta por quince (15) días.

### **Multa a los fabricantes e importadores**

**Artículo 123.** Los fabricantes e importadores de bienes que incumplan las obligaciones previstas en los artículos 21, 92, 99, 100, 101 y 102 de la presente Ley, serán sancionados con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos

### **Multa a los proveedores de servicios públicos**

**Artículo 124.** Los proveedores de servicios públicos domiciliados que incumplan las obligaciones previstas en el artículo 27 de la presente Ley, serán sancionados con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

### **Multa a las asociaciones**

**Artículo 125.** Las asociaciones de consumidores y usuarios que transgredan las prohibiciones establecidas en esta Ley, serán sancionadas con multa de un (01)



salario mínimo a cincuenta (50) salarios mínimos, y la cancelación de su inscripción en el registro, mediante decisión motivada del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, la cual deberá anotarse en el libro respectivo.

### **Nulidad de los Contratos de Adhesión**

**Artículo 126.** Serán nulos los contratos de adhesión que contravengan lo dispuesto en esta Ley, cuya nulidad será declarada por el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, mediante decisión motivada. En ningún caso la nulidad podrá ser alegada por el proveedor.

## **TÍTULO VIII**

### **DE LOS DELITOS Y SANCIONES**

#### **Capítulo I**

#### **De los Delitos**

#### **De la usura genérica**

**Artículo 127.** Quien por medio de un acuerdo o convenio, cualquiera que sea la forma utilizada para hacer constar la operación, ocultarla o disminuirla, obtenga para sí o para un tercero, directa o indirectamente, una prestación que implique una ventaja o beneficio notoriamente desproporcionado a la contraprestación que por su parte realiza, incurrirá en delito de usura y será sancionado con prisión de uno a tres años, y serán sancionados con multa de diez (10) salarios mínimos a trescientos (300 salarios mínimos).

En la misma pena incurrirá quien en operaciones de crédito o financiamiento obtenga a título de intereses, comisiones o recargos de servicio una cantidad por encima de las tasas máximas respectivas fijadas o permitidas por el Banco Central.

#### **De los recargos ilegales**

**Artículo 128.** El proveedor de bienes o el prestador de servicios que cobre a los consumidores o usuarios un recargo o comisión por el medio de pago utilizado por éste (tarjetas de crédito, débito, cheques, o cualquier otro instrumento de pago) para adquirir un bien o pagar un servicio, será sancionado con prisión de seis (06) meses a un (01) año y con multa de tres (03) salarios mínimos a doscientos (200) salarios mínimos.



## **De la usura en las operaciones de financiamiento**

**Artículo 129.** Quien en operaciones de venta a crédito de bienes o servicios o de financiamiento para tales operaciones, obtenga a título de intereses, comisiones o recargos, cualquier cantidad por encima de los máximos que sean fijados o permitidos por el Banco Central, en atención a las condiciones existentes en el mercado financiero nacional, incurrirá en delito de usura, y será sancionado con pena de prisión de dos (02) a cinco (05) años y con multa de diez (10) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos. Igualmente, será sancionado con la misma pena quien viole lo establecido en el segundo párrafo del artículo 91 de la presente Ley.

## **Del acaparamiento**

**Artículo 130.** Quien restrinja la oferta, circulación o distribución de bienes o servicios de primera necesidad o básicos, retenga dichos artículos o niegue la prestación de esos servicios, con o sin ocultamiento, para provocar escasez y aumento de los precios, será sancionado con prisión de uno (01) a tres (03) años y con multa de (10) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

Los artículos y servicios aludidos en el párrafo anterior serán los especificados por decreto del Ejecutivo Nacional.

Para establecer los hechos constitutivos del delito de acaparamiento el juzgador podrá tener en cuenta como criterios definidores, entre otros, los relativos al tipo de negocio y volumen de ventas del presunto infractor, fecha de recepción, tipo de venta, tiempo de entrega y factor de oportunidad en la adquisición de dichos bienes, o si se trata de bienes sujetos a oferta o venta estacional.

## **De la especulación**

**Artículo 131.** Quien enajene bienes o preste servicios declarados de primera necesidad, en forma directa o a través de intermediarios, a precios superiores a los fijados por las autoridades competentes será sancionado con prisión de uno (01) a tres (03) años y con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

## **Alteración fraudulenta de precios**

**Artículo 132.** Quien difunda noticias falsas, emplee violencia, amenaza, engaño o cualquier otra maquinación para alterar los precios de bienes, monedas, títulos o cualquier otro valor negociable, o para provocar o estimular la fuga de capitales, será sancionado con prisión de uno (01) a cuatro (04) años y con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

La pena se aumentará en la mitad si las conductas previstas en este artículo recaen sobre productos alimenticios, medicamentos, viviendas u otros bienes declarados de primera necesidad.

### **De la importación de bienes nocivos para la salud**

**Artículo 133.** Quien importe o comercialice bienes declarados nocivos para la salud y prohibido su consumo, será sancionado con prisión de tres (03) a cinco (05) años y con multa de cinco (05) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos. Asimismo, será sancionado el funcionario que autorice tal importación o comercialización.

Quien venda o exhiba para su venta alimentos, bebidas o medicamentos no falsificados ni adulterados, pero si nocivos a la salud o cuya fecha de consumo haya expirado o caducado, será penado con prisión de uno (01) a tres (03) años y con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

### **Contrabando de extracción**

**Artículo 134.** Quienes extraigan bienes declarados de primera necesidad producidos en el país, cuya comercialización se haya circunscrito al territorio nacional, serán sancionados con prisión de uno (01) a tres (03) años y con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

### **Alteración de calidad, cantidad, peso o medida de bienes y servicios**

**Artículo 135.** El proveedor que modifique o altere la calidad, cantidad, peso o medida de los bienes y servicios, en perjuicio del consumidor o usuario, será sancionado con prisión de seis (06) meses a un (01) año, y con multa de un (01) salario mínimo a doscientos (200) salarios mínimos.

### **Alteración fraudulenta de condiciones de oferta y demanda**

**Artículo 136.** Quien con la finalidad de alterar las condiciones de oferta y demanda en el mercado nacional, destruya o haga desaparecer materias primas, productos agropecuarios o industriales, o los instrumentos necesarios para su producción o distribución, será sancionado con prisión de uno (01) a cinco (05) años y con multa de tres (03) salarios mínimos a trescientos (300) salarios mínimos.

### **Uso ilícito de información**

**Artículo 137.** El funcionario del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, o quien actúe con facultad delegada, que utilice con fines de lucro, para sí o para otro, informaciones o datos de carácter reservado de los cuales tenga conocimiento en razón de su cargo, será



penado con prisión de dos a seis años y multa equivalente al doble del beneficio perseguido u obtenido.

### **De la extorsión contra los proveedores**

**Artículo 138.** El funcionario del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, o quien actúe con facultad delegada, que abusando de sus funciones, constriña o induzca a alguien a que se dé o prometa para sí mismo o para otro, una suma de dinero o cualquier otra ganancia o dádiva indebida, será penado con prisión de dos (02) a seis (06) años y multa equivalente al doble del beneficio pretendido u obtenido.

### **Acciones civiles**

**Artículo 139.** El consumidor o usuario víctima o afectado por cualquier delito previsto en esta Ley podrá ejercer las acciones civiles correspondientes para exigir la reparación de los daños causados por el proveedor o prestador del servicio penalmente responsable.

## **TÍTULO IX**

### **DE LOS PROCEDIMIENTOS**

#### **Capítulo I**

#### **Del Procedimiento Administrativo Especial.**

#### **Competencia**

**Artículo 140.** Para la comprobación de las infracciones de esta Ley, o de las disposiciones dictadas en su ejecución, el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, o el alcalde a quien le competa, aplicará los procedimientos administrativos para imponer sanciones, así como de los de conciliación y arbitraje solicitados por las partes afectadas en sus derechos, a fin de solucionar las controversias entre consumidores, usuarios y proveedores.

El Instituto u organismo similar, podrá citar a las personas a las que hubiere lugar, para que en un lapso de tres días hábiles contados a partir de la fecha de su citación, declaren en relación con la presunta infracción.

#### **Del procedimiento administrativo especial**

**Artículo 141.** En el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, funcionará una dependencia que se denominará Sala de Sustanciación, la cual instruirá y sustanciará los

procedimientos de investigación para determinar la comisión de infracciones administrativas establecidas en esta Ley, en otras leyes que establezcan derechos para los consumidores y usuarios y en sus disposiciones reglamentarias, aplicando el procedimiento administrativo especial que establece esta Ley y aplicando sólo en forma supletoria las normas de la Ley de Procedimiento Administrativo respectiva. Esta Sala estará bajo la dirección de un abogado, designado por el Consejo Directivo previa postulación del Presidente del Instituto, con el carácter de Jefe de la Sala.

### **Inicio del procedimiento**

**Artículo 142.** El procedimiento se iniciará de oficio o a instancia de parte interesada. Sin embargo podrá iniciarse por denuncia de las asociaciones de consumidores o usuarios, o por solicitud hecha por el Ministerio Público.

### **Inspecciones**

**Artículo 143.** Para la comprobación de las infracciones de esta Ley o de las disposiciones dictadas en su ejecución, el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, podrá ordenar que se practiquen las inspecciones necesarias en los centros de producción, en los establecimientos dedicados a la comercialización de bienes o a la prestación de servicios y en los recintos aduanales y almacenes privados de acopio de bienes, debiéndose levantar un acta en la cual se hará constar específicamente todos los hechos relacionados con la presunta infracción, y la firmarán tanto el funcionario inspector como la persona a cargo de los aludidos establecimientos. Para tal fin, podrán requerir el auxilio de la fuerza pública para el mejor desempeño de sus funciones y una vez efectuadas, los funcionarios deberán presentar un informe de las mismas.

El INDECU u organismo similar, podrá citar a las personas a las que hubiere lugar, para que en un lapso de tres (03) días hábiles contados a partir de la fecha de su citación, declaren en relación con la presunta infracción.

### **Competencia de la Sala de Sustanciación**

**Artículo 144.** La Sala de Sustanciación instruirá toda causa iniciada de oficio y las remitidas por la Sala de Conciliación y Arbitraje por denuncia efectuada por los consumidores o usuarios contra proveedores de bienes y servicios, cuando no acepten someterse a procesos conciliatorios ni de arbitraje, se consideren agotadas las gestiones conciliatorias para lograr un arreglo amistoso de la controversia, o así lo solicitare cualquiera de los interesados, si no se optó por el arbitraje.

### **Inicio del procedimiento administrativo especial**

**Artículo 145.** La Sala de Sustanciación iniciará inmediatamente la instrucción del expediente administrativo en los casos en los cuales el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, haya actuado de oficio o la denuncia se refiera a presuntas infracciones de orden público. En todos los casos, el Jefe de la Sala ordenará mediante auto expreso el inicio del procedimiento de instrucción a fin de establecer la existencia de las presuntas infracciones denunciadas o detectadas de oficio y ordenará la notificación del presunto infractor. El expediente recogerá toda la tramitación a que dé lugar el asunto y podrá ser revisado por cualquiera de los interesados.

### **Impulso procesal**

**Artículo 146.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, cumplirá todas las actuaciones necesarias para el mejor conocimiento del asunto que deba decidir, siendo de su responsabilidad impulsar el procedimiento en todos sus trámites.

### **De las pruebas**

**Artículo 147.** Los hechos que se consideren relevantes para la decisión del procedimiento podrán ser objeto de todos los medios de prueba establecidos en las leyes y en los Códigos de Procedimiento Civil y Orgánico Procesal Penal similares en otros países), y se les apreciará, de conformidad con la ley sí se trata de pruebas tasadas, o la sana crítica, en los demás supuestos.

### **De los actos y lapsos procesales**

**Artículo 148.** La Sala de Sustanciación notificará al presunto infractor para imponerlo de los hechos por los cuales se inicia el procedimiento y para que presente sus pruebas y argumentos en un lapso no mayor de diez (10) días hábiles, contados a partir de la fecha de su notificación. Concluido dicho término se abrirá de pleno derecho un lapso de cinco (05) días hábiles para que la Sala examine las pruebas presentadas, los distintos alegatos y el contenido del respectivo expediente. El Jefe de la Sala dictará un auto mediante el cual precisará que presuntos hechos se consideran controvertidos y fijará, dentro de un término máximo de cinco (05) días hábiles, una audiencia pública y oral para que el presunto infractor, el denunciante y demás interesados expongan sus respectivos argumentos y consignent escritos y nuevas pruebas, si las hubiere.

Al quinto (5°) día hábil siguiente de efectuarse la audiencia pública se iniciará, mediante auto expreso, la revisión de la causa la cual no podrá exceder de seis (06)

días hábiles, para apreciar, estudiar y analizar las pruebas y alegatos. Dentro de los tres (03) días hábiles siguientes al término de la revisión de la causa se remitirá el caso al Presidente del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y Usuario (INDECU) u organismo similar, con un informe del Jefe de la Sala para la decisión respectiva, la cual deberá dictarse dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes, de conformidad con las pruebas contenidas en el expediente.

### **Prórroga del lapso para decidir**

**Artículo 149.** El Presidente del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, podrá dictar un auto para prorrogar por diez (10) días hábiles el lapso para dictar la decisión correspondiente y solicitar la opinión, no vinculante, de la consultoría jurídica del Instituto, cuando la complejidad o importancia del caso lo amerite.

### **De los legitimados activos**

**Artículo 150.** Sin menoscabo de la obligación del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, de recabar las pruebas que considere pertinentes, los presuntos infractores, los denunciantes, los afectados, las asociaciones de consumidores y usuarios, la Defensoría del Pueblo y el Ministerio Público podrán promover y presentar pruebas y exponer alegatos en cualquier etapa del procedimiento administrativo. El Instituto u organismo similar, cumplirá todas las actuaciones necesarias para el mejor conocimiento del asunto que deba decidir e impulsará el proceso en todos sus trámites.

### **De la inasistencia del infractor**

**Artículo 151.** La no comparecía del presunto infractor o la omisión de presentar pruebas o alegatos en su favor en el desarrollo del procedimiento administrativo se considerará como aceptación de los hechos señalados en el acta de inspección.

### **De los recursos administrativos**

**Artículo 152.** Contra las decisiones del Presidente del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, el sancionado podrá interponer recurso de reconsideración, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación, y decidido éste el sancionado podrá interponer el recurso jerárquico dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación, el cual será decidido por el Consejo Directivo del Instituto. Esta decisión agotará la vía administrativa.



La parte denunciante también podrá ejercer los precitados recursos administrativos, en iguales condiciones y términos, cuando se desestimen sus denuncias.

### **Notificación de la sanción**

**Artículo 153.** Dictada la sanción por el Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, éste notificará a los interesados por cualquiera de estos mecanismos, personalmente o mediante correo certificado con acuse de recibo; o por carteles en un diario de circulación en la localidad.

En los casos de imposición de multas se acompañará a la notificación la correspondiente planilla de liquidación para que el sancionado proceda a pagar el monto de la multa en una institución bancaria designada por el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes después de efectuada la respectiva notificación, salvo que el sancionado haya interpuesto recursos administrativos o judiciales que estén pendientes de decisión.

Transcurrido dicho lapso, sin que la multa impuesta mediante decisión firme fuere cancelada, la planilla de liquidación adquirirá fuerza ejecutiva y el Instituto se encargará de su recaudación efectiva por vía extrajudicial o judicial, según el caso.

### **Información fiscal**

**Artículo 154.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, informará mensualmente al Ministerio de Finanzas (similar en los demás países), a la Contraloría General de la República (similar en los demás países), y al ministerio de adscripción de las multas impuestas, especificando aquellas pagadas voluntariamente por los multados y las que se encuentren en proceso de cobro por vía extrajudicial o judicial según el caso.

### **Recursos administrativos contra órganos auxiliares**

**Artículo 155.** Contra las decisiones del alcalde en aplicación de la presente Ley se podrá interponer el recurso de reconsideración por ante el mismo funcionario y el recurso jerárquico ante el órgano regional correspondiente del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, y serán tramitados de conformidad con la presente Ley. Este último recurso agotará la vía administrativa quedando facultado el interesado para acudir a la vía judicial.



## Capítulo II

### De los Procedimientos de Conciliación y de Arbitraje

#### De la Sala de Conciliación y de Arbitraje

**Artículo 156.** En el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, funcionará la Sala de Conciliación y Arbitraje, la cual tendrá a su cargo intentar la solución de las controversias que se puedan suscitar entre consumidores, usuarios y proveedores, mediante los mecanismos de mediación, conciliación y arbitraje, en la forma prevista en esta Ley.

Los miembros de las Salas de Sustanciación y de Conciliación y Arbitraje deberán reunir los mismos requisitos exigidos para ser miembros del Consejo Directivo del Instituto y estarán sometidos a las mismas incompatibilidades que éstos.

#### De las soluciones amigables

**Artículo 157.** Una vez recibida en la Sala de Conciliación y Arbitraje el acta de inspección levantada por los funcionarios inspectores o el informe elaborado por éstos, siempre que se trate de casos en los cuales estén identificados los consumidores o usuarios afectados por la presunta infracción y no se trate de materias de orden público, el Jefe de la Sala ordenará la citación de los consumidores o usuarios y del presunto infractor para que comparezcan ante la Sala, en la oportunidad que se fije, dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes a su notificación, a los fines de procurar la aceptación voluntaria de las partes a someterse a un proceso conciliatorio o de arbitraje.

#### De la conciliación

**Artículo 158.** El Jefe de la Sala, o el funcionario que éste designe, mediarán y procurará la conciliación de las controversias que las partes soliciten en la forma prevista en esta Ley. De lograrse la conciliación se levantará un acta de conciliación, la cual deberá ser suscrita por las partes y por el Jefe de la Sala o en su caso, por el funcionario que éste haya designado, y será registrada en la Sala de Conciliación y Arbitraje en el libro correspondiente, poniendo fin a la controversia. En caso de no lograrse la conciliación, no se cumpla voluntariamente lo acordado, o no se haya aceptado el arbitraje del Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, la parte que se sienta afectada podrá ejercer las acciones judiciales que estime pertinentes y el expediente administrativo será remitido a la Sala de Sustanciación a los fines de determinar la posible existencia de infracciones a esta Ley y sus reglamentos, e imponer las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

## **Del Arbitraje**

**Artículo 159.** Las controversias sometidas a arbitraje serán resueltas por el Jefe de la Sala, actuando como árbitro arbitrador en única instancia. Para dictar el laudo arbitral podrá solicitar a las partes la presentación de un informe con todos los fundamentos, argumentos y pruebas que considere necesarios. Revisado el expediente dictará el laudo arbitral dentro de los diez (10) días siguientes a la fecha fijada para el acto de presentación de los informes.

## **Del Laudo Arbitral**

**Artículo 160.** El laudo arbitral se dictará con arreglo a la equidad y la justicia y será inscrito en el Libro de Arbitrajes que a tal efecto deberá llevar la Sala de Conciliación y de Arbitraje. En caso de incumplimiento por cualquiera de las partes, podrá el interesado y el mismo Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, solicitar su ejecución judicial de conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Civil (similar en otros países) en materia de ejecución de sentencias.

## **Materias de orden público**

**Artículo 161.** El arbitraje y la conciliación no procederán cuando las presuntas infracciones pongan en peligro la vida o la salud de las personas o se trate de materias en las cuales estén prohibidas las transacciones por razones de orden público. En tales casos deberá remitir el expediente a la Sala de Sustanciación o al Ministerio Público, según el caso.

## **Reparación de daños**

**Artículo 162.** En todos aquellos casos de infracciones administrativas, que ocasionen un daño de carácter patrimonial exclusivamente a una o más personas determinadas, y éstas acudan en cualquier momento al procedimiento de conciliación o al de arbitraje, y a través de ellos se resuelva la controversia y se logre la reparación del daño causado, el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, mediante acta suscrita por las partes contentiva del acuerdo logrado, dará por terminado el procedimiento administrativo contra el presunto infractor y ordenará el archivo del expediente.

## **Imposibilidad de conciliación**

**Artículo 163.** El Jefe de la Sala de Conciliación y Arbitraje podrá dar por terminado el proceso de mediación y conciliación cuando exista manifestación expresa de voluntad de cualquiera de las partes de no estar interesada en lograr un acuerdo o

cuando las gestiones de mediación y conciliación se hayan efectuado repetidas veces de manera infructuosa y no se haya logrado ningún avance para solucionar la controversia.

### Capítulo III

#### Disposiciones Comunes

##### Principios para la imposición de sanciones

**Artículo 164.** Para la imposición de las sanciones se tomarán en cuenta los principios de equidad, proporcionalidad y racionalidad, apreciándose especialmente:

1. La gravedad de la infracción.
2. La dimensión del daño.
3. El monto de la patente de industria y comercio del ejercicio en curso.
4. El monto indicado en la última declaración de impuesto sobre la renta por concepto de ingresos bruto.
5. La reincidencia.
6. El carácter nocivo y de peligrosidad del bien para la salud.

##### De las sanciones

**Artículo 165.** El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, para la aplicación de las sanciones previstas en la presente Ley, tomando en consideración la gravedad de la infracción, podrá optar entre:

1. La imposición de la multa correspondiente.
2. El cierre provisional del establecimiento o la suspensión temporal del servicio hasta por un máximo de tres (03) días.

##### Del procedimiento penal

**Artículo 166.** El conocimiento de los delitos previstos en esta Ley corresponde a la jurisdicción penal ordinaria, de conformidad con lo establecido en el Código Procesal Penal respectivo.

## **EI INDECU como órgano auxiliar**

**Artículo 167.** El conocimiento de los delitos previstos en esta Ley y aquellos otros delitos que afecten a los consumidores o usuarios, corresponde a la jurisdicción penal ordinaria y se aplicará lo dispuesto en el Código Procesal Penal respectivo. El Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, actuará como órgano auxiliar y de apoyo en las investigaciones penales del Ministerio Público y de los tribunales penales competentes.

## **De las medidas cautelares**

**Artículo 168.** Cuando el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, actúe como órgano auxiliar del Ministerio Público y adopte cualquier medida provisional o cautelar, como practicar el cierre provisional de un establecimiento comercial para impedir la pérdida, sustracción, modificación o alteración de elementos probatorios del presunto hecho delictivo, deberá informar con la urgencia del caso al Ministerio Público.

El Instituto u organismo similar, en aras de proteger a los consumidores de la especulación y la venta condicionada de productos, de la escasez artificial y premeditada, solicitará al juez competente, que dicte medidas cautelares garantizando el debido derecho a la defensa, en establecimientos de industrias dedicadas a la comercialización de bienes o a la prestación de servicios, en los recintos aduanales y almacenes de acopio de bienes, para poner a la venta las mercancías o los productos de consumo masivo, y depositar el producto de la venta a la orden del tribunal correspondiente.

Para la ejecución de las medidas cautelares antes señaladas el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU) u organismo similar, podrá requerir el auxilio de la fuerza pública, que estará obligada a prestarlo.

## **TÍTULO X**

### **DISPOSICIONES FINALES**

#### **Procedimiento judicial aplicable**

**Artículo 169.** Las reclamaciones por incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley, así como de las garantías convencionales de buen funcionamiento, se tramitarán por un procedimiento especial administrativo brevísimo a determinarse en el reglamento de esta ley, sin importar la cuantía y



siempre que no exista otro procedimiento judicial expreso para resolver el conflicto en cuestión.

### **Exención fiscal**

**Artículo 170.** Quedan exentos de todos los impuestos de papel sellado, estampillas y derechos registrales, todos los actos jurídicos, solicitudes y actuaciones de cualquier especie que se realicen con ocasión de la aplicación de la presente Ley.

### **Norma derogatoria**

**Artículo 171.** Se elimina

### **Entrada en vigencia**

**Artículo 172.** Se elimina

### **Reglamentación de la ley**

**Artículo 173.** El Ejecutivo Nacional respectivo, reglamentará esta Ley en un lapso de un (1) año contados a partir de la fecha de su entrada en vigencia.



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





## VI. Ficha País México





CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



**MÉXICO FICHA PAÍS: VERSIÓN 11 DE MAYO DE 2018**


<b>NOMBRE OFICIAL</b>	Estados Unidos Mexicanos
<b>NOMBRE CORTO Y SIGNIFICADO</b>	México. Proviene de los vocablos de origen náhuatl: mēztli= luna, xictli= ombligo o centro, y -co= sufijo de lugar <sup>82</sup> .
<b>CAPITAL</b>	Ciudad de México
<b>LOS COLORES DE LA BANDERA Y SU ESCUDO</b>	 <p>La <b>Bandera Nacional</b><sup>83</sup> está compuesta por un rectángulo dividido en tres franjas verticales de medidas idénticas, con los colores en el siguiente orden a partir de la asta: verde, blanco y rojo. En la franja blanca y al centro, tiene el Escudo Nacional, con un diámetro de tres cuartas partes del ancho de dicha franja. Los colores de la bandera<sup>84</sup> se originaron de los de la bandera del Ejército de las Tres Garantías o Trigarante, en 1821.</p> <p>Originalmente el significado de los colores fueron los siguientes: Blanco: Religión (la fe a la Iglesia Católica); Rojo: Unión (entre europeos y americanos), y; Verde: Independencia (Independencia de España). El significado fue cambiado debido a la secularización del país, dirigida por el entonces presidente, Benito Juárez. El significado atribuido en esa época fue: Verde: Esperanza; Blanco: Unidad, y; Rojo: La sangre de los héroes nacionales. El marco jurídico establecido en el artículo 3 de la “Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales” no proporciona un simbolismo oficial de los colores, se les pueden dar otros significados.</p> <p>El diseño del <b>Escudo Nacional</b> evoca la leyenda de la Fundación de la Gran Tenochtitlan. Los mexicas viajaron desde Aztlán, actualmente Nayarit, buscando la señal que Huitzilopochtli les había dado para establecerse y fundar su imperio: un Águila posándose sobre un nopal florecido, en un pequeño islote ubicado en medio de una laguna. El prodigio se sitúa, según códices y crónicas de diversos autores, hacia el año de 1325. La imagen del acontecimiento se toma desde entonces como Escudo y su narración se transmitió oralmente por varias generaciones<sup>85</sup>.</p>

<sup>82</sup> Escuela Nacional Preparatoria No. 4. “Vidal Castañeda y Nájera”. Lectura No. 1. *Origen de la palabra México*. Consultado el 25 de abril de 2016 en: <http://www.sitesmexico.com/mexico/significado-mexico.htm>

<sup>83</sup> Presidencia de la República. *Simbolos Patrios*. Consultado el 25 de abril de 2016 en: <http://fox.presidencia.gob.mx/mexico/?contenido=15008>

<sup>84</sup> Excelsior. *La bandera de México, símbolo de nuestra identidad*. Consultado el 25 de abril de 2016 en: <http://www.excelsior.com.mx/2012/02/24/nacional/813294>

<sup>85</sup> *Op. cit.*, <http://fox.presidencia.gob.mx/mexico/?contenido=15008>

<p><b>DÍA NACIONAL</b></p>	<p><b>16 de septiembre.</b> La primera vez que se celebró el Grito de Independencia<sup>86</sup> fue el 16 de septiembre de 1812 en Huichapan, Hidalgo, cuando aún el país continuaba en la lucha por consumarla en todo el territorio nacional. El siguiente año Don José María Morelos y Pavón solicitó la conmemoración del 16 de septiembre de cada año en su documento “Sentimientos de la nación” con el objetivo de que dicha celebración preservara el recuerdo del día en que se inició el movimiento libertario y el reconocimiento a sus iniciadores. A partir de entonces en México se conmemora el inicio de la lucha de independencia el 16 de septiembre de cada año, a excepción del año 1847 cuando el país estaba invadido por Estados Unidos de América razón por la que no se llevó a cabo ninguna celebración. La lucha de Independencia de México duró 11 años de extensas batallas del pueblo mexicano por dejar de depender de España y convertirse en un país libre y soberano. Entre los líderes que participaron en el movimiento de independencia se encuentran: Miguel Hidalgo, Ignacio Allende, Ignacio López Rayón, Juan Aldama, José María Morelos, Mariano Matamoros, Mariano Jiménez, Javier Mina, Vicente Guerrero, Leona Vicario, Josefa Ortiz de Domínguez, Andrés Quintana Roo, Nicolás Bravo y Guadalupe Victoria.</p>
<p><b>FLOR NACIONAL</b></p>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="flex: 1;"> <p><b>La Dalia</b></p> <p>El 13 de mayo de 1963 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el Decreto Presidencial, suscrito por el Presidente Adolfo López Mateos, mediante el cual se declara símbolo de la floricultura nacional a la Flor de la Dalia en todas sus especies y variedades. El cultivo de esta flor se remonta a la época prehispánica, con la conquista española, las dalias fueron introducidas exitosamente a Europa, iniciando en 1818 los trabajos de mejoramiento genético que permitieron la creación de inflorescencias con diversas formas y colores. La dalia es nativa de Mesoamérica y endémica de México, país que alberga a 31 especies del género <i>Dahlia</i>.<sup>87</sup></p> </div> </div>
<p><b>DEPORTE NACIONAL</b></p>	<p>La charrería.</p>
<p><b>POBLACIÓN TOTAL</b></p>	<p>123 982 528 habitantes.<sup>88</sup></p>
<p><b>DENSIDAD POBLACIONAL</b></p>	<p>63 habitantes por km<sup>2</sup>.</p>

<sup>86</sup> Consejo Nacional de Población. *Aniversario de la Independencia Nacional*. Consultado el 25 de abril de 2016 en: [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/16\\_de\\_septiembre\\_Aniversario\\_de\\_la\\_Independencia\\_Nacional](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/16_de_septiembre_Aniversario_de_la_Independencia_Nacional)

<sup>87</sup> Presidencia de la República. *Dalia: Flor nacional de México*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:G26\\_WhRnjalJ:www.gob.mx/presidencia/articulos/dalia-flor-nacional-de-mexico+%&cd=18&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:G26_WhRnjalJ:www.gob.mx/presidencia/articulos/dalia-flor-nacional-de-mexico+%&cd=18&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx)

<sup>88</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Indicadores de ocupación y empleo al cuarto trimestre de 2017*. Consultado el 20 de diciembre de 2017, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

<b>ESTRUCTURA DE GÉNERO (HOMBRES POR MUJER)</b>	48.6% son hombres y 51.4% son mujeres, por lo tanto, en México hay 64.0 millones de mujeres y 59.9 millones de hombres. <sup>89</sup>
<b>ESPERANZA DE VIDA AL NACER (AÑOS)</b>	75.34 años: <sup>90</sup> en hombres 72.8 y en mujeres 77.9. <sup>91</sup>
<b>TASA DE NATALIDAD (NACIDOS VIVOS POR CADA 1,000 HAB.)</b>	18.3 <sup>92</sup>
<b>TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN</b>	1.4% <sup>93</sup>
<b>TASA DE FECUNDIDAD (HIJOS POR MUJER)</b>	2.2% <sup>94</sup>
<b>PROMEDIO DE HIJOS NACIDOS VIVOS DE LAS MUJERES DE 15 A 49 AÑOS</b>	1.7 <sup>95</sup>
<b>TASA DE MORTALIDAD</b>	5.8 <sup>96</sup>
<b>POBLACIÓN MENOR DE 15 AÑOS</b>	27.4% <sup>97</sup>
<b>POBLACIÓN MAYOR DE 65 AÑOS</b>	7.2% <sup>98</sup>
<b>POBLACIÓN ACTIVA</b>	59.4% <sup>99</sup>
<b>PORCENTAJE DE POBLACIÓN ACTIVA POR SECTORES</b>	Sectores <sup>100</sup> : <b>Sector agropecuario 13.3%.</b> <b>Sector industrial y de la construcción 25.6%.</b> <b>Sector comercio y servicios 60.5%.</b>

<sup>89</sup> *Ídem.*

<sup>90</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Indicadores de demografía y población*. Consultado el 13 de marzo de 2017, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>

<sup>91</sup> Instituto Nacional de las Mujeres. Esperanza de vida al nacer por sexo. Consultado el 14 de septiembre de 2017, en: [goo.gl/6qm59k](http://goo.gl/6qm59k)

<sup>92</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Indicadores de demografía y población*. Consultado el 24 de octubre de 2017, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>

<sup>93</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Indicadores de demografía y población*. Consultado el 23 de marzo de 2017, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>

<sup>94</sup> *Ídem.*

<sup>95</sup> *Ídem.*

<sup>96</sup> *Op. cit.*, *Indicadores de demografía y población*. Consultado el 24 de octubre de 2017, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>

<sup>97</sup> *Op. cit.*, *Encuesta Intercensal 2015*. [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015\\_resultados.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015_resultados.pdf)

<sup>98</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Encuesta Intercensal 2015*. Consultado el 25 de abril de 2016, en:

[http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015\\_resultados.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015_resultados.pdf)

<sup>99</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Indicadores de Ocupación y Empleo 2017*. Consultado el 12 de febrero de 2018, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

<sup>100</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Consultado el 12 de febrero de 2018, en: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/enoe\\_ie/enoe\\_ie2017\\_11.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/enoe_ie/enoe_ie2017_11.pdf)

<b>MORTALIDAD INFANTIL (MENORES DE 5 AÑOS) (X CADA 1.000 NACIMIENTOS)</b>	11.7 <sup>101</sup>
<b>MORTALIDAD MATERNA (X CADA 100.000 NACIMIENTOS VIVOS)</b>	34.6 <sup>102</sup>
<b>POBLACIÓN URBANA (% DEL TOTAL)</b>	80%. El 28% de la población total se ubica en las zonas metropolitanas del Valle de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla-Tlaxcala. <sup>103</sup> Porcentajes en las entidades que cuentan con las zonas metropolitanas de mayor concentración de población urbana: Ciudad de México 99.5%, Jalisco 87%, Nuevo León 95%, Puebla 72% y Tlaxcala 80%. <sup>104</sup>
<b>% POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA</b>	50.6% <sup>105</sup>
<b>% POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA EXTREMA</b>	9.5% <sup>106</sup>
<b>TASA NETA DE ESCOLARIZACIÓN/ PRIMARIA (6 A 11 AÑOS)</b>	99.6% <sup>107</sup>
<b>TASA DE TERMINACIÓN/PRIMARIA</b>	105.3% <sup>108</sup>
<b>TASA NETA DE ESCOLARIZACIÓN/SECUNDARIA (12 A 14 AÑOS)</b>	89.2% <sup>109</sup>
<b>TASA DE TERMINACIÓN/SECUNDARIA</b>	93.2% <sup>110</sup>

<sup>101</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Indicadores de demografía y población*. Consultado el 22 de noviembre de 2017, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=17484>

<sup>102</sup> INEGI. Estadísticas a propósito del día de la madre. Consultado el 22 de noviembre de 2017, en: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/madre2017\\_Nal.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/madre2017_Nal.pdf)

<sup>103</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Taller "Información para la toma de decisiones: Población y medio ambiente"*. Consultado el 23 de noviembre de 2017, en: <http://www.inegi.org.mx/eventos/2015/Poblacion/doc/p-CarlosGuerrero.pdf> y

<sup>104</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Información por entidad*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/default.aspx?tema=me&e=09>

<sup>105</sup> The World Bank. *Poverty headcount ratio at national poverty lines (% of population)*. Consultado el 22 de enero de 2018, en: <https://data.worldbank.org/indicador/SI.POV.NAHC>

<sup>106</sup> *Ídem.*

<sup>107</sup> Secretaría de Educación Pública y Secretaría de Educación del Estado de Tabasco. *Comparativo estatal y nacional de los principales indicadores educativos por nivel, indicador y posición nacional*. Consultado el 16 de junio de 2016, en: [http://www.setab.gob.mx/php/ser\\_edu/estad/indicadores/pdf/ind\\_ent.pdf](http://www.setab.gob.mx/php/ser_edu/estad/indicadores/pdf/ind_ent.pdf)

<sup>108</sup> *Ídem.* Contempla el número total de estudiantes que ingresan al último año de educación primaria, independientemente de su edad, por lo tanto, este indicador puede ser mayor a 100% debido a estudiantes que se inscriben para concluir sus estudios de primaria estando fuera del rango de edad oficial.

<sup>109</sup> *Ídem.*

<sup>110</sup> *Ídem.*

<b>NIVEL DE COBERTURA DE EDUCACIÓN SUPERIOR</b>	34.1% <sup>111</sup>
<b>PROMEDIO DE AÑOS DE ESCOLARIDAD</b>	9.1 <sup>112</sup>
<b>% ALFABETIZACIÓN DE ADULTOS</b>	Por edades: <sup>113</sup> 30-44=96.9%. 45-59=93.4%. 60-74=84.3%. 75 y más 71.5%.
<b>% POBLACIÓN INDÍGENA ESTIMADA</b>	6.6% <sup>114</sup>
<b>RELIGIÓN</b>	<b>Católicos</b> (92, 924,489) 82.9%; <b>Pentecostales</b> (1, 782,021) 1.6%; <b>Testigos de Jehová</b> (1, 561,086) 1.4%, y; <b>Otras Iglesias evangélicas</b> (5, 595,116) 5%. <sup>115</sup>
<b>GRUPOS ÉTNICOS</b>	Distribución de los grupos étnicos por entidad federativa <sup>116</sup> : <b>Baja California:</b> Cochimí, Cucapá, Kiliwa, Kumiai y Paipai. <b>Campeche:</b> Jacaltecos, Kanjobales, Mam y Mayas. <b>Chiapas:</b> Aguacatecos, Choles, Jacaltecos, Kanjobales, Lacandones, Mam, Mochós, Tojolabales, Tzeltales, Tzotziles y Zoques. <b>Chihuahua:</b> Guarijíos, Pimas, Tarahumaras y Tepehuanos. <b>Coahuila:</b> Kikapúes. <b>Durango:</b> Huicholes, Mexicaneros, Nahuas, Tarahumaras y Tepehuanos. <b>Estado de México:</b> Matltatzinca, Mazahuas, Nahuas y Tlahuicas. <b>Guanajuato:</b> Chichimeca Jonaz. <b>Guerrero:</b> Amuzgos, Mixtecos, Nahuas y Tlapanecos. <b>Hidalgo:</b> Nahuas, Otomíes y Tepehuas. <b>Jalisco:</b> Huichol y Nahuas. <b>Michoacán:</b> Mazahuas, Nahuas, Purépechas y Otomíes. <b>Morelos:</b> Nahuas.

<sup>111</sup> Secretaría de Educación Pública-Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. *Agenda SEP – ANUIES para el desarrollo de la educación superior*. Consultado el 26 de julio de 2016, en: [http://www.anui.es.mx/media/docs/Agenda\\_SEP-ANUIES.pdf](http://www.anui.es.mx/media/docs/Agenda_SEP-ANUIES.pdf)

<sup>112</sup> Op. cit., *Encuesta Intercensal 2015*. [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015\\_resultados.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015_resultados.pdf)

<sup>113</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Encuesta Intercensal 2015*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015\\_resultados.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015_resultados.pdf)

<sup>114</sup> Op. cit., [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015\\_resultados.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015_resultados.pdf)

<sup>115</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Panorama de las religiones en México 2010*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora\\_religion/religiones\\_2010.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_religion/religiones_2010.pdf)

<sup>116</sup> Las entidades que faltan, no presentan registros de grupos étnicos. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. *Atlas de los pueblos indígenas*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: 2010 <http://www.cdi.gob.mx/atlas/>



	<p><b>Nayarit:</b> Coras, Huicholes, Mexicaneros, Nahuas y Tepehuanos.</p> <p><b>Oaxaca:</b> Amuzgos, Chatinos, Chinantecos, Chochos, Chontales, Cuicatecos, Huaves, Ixcateco, Mazateco, Mixes, Mixtecos, Nahuas, Tacuates, Triquis, Zapotecos y Zoques.</p> <p><b>Puebla:</b> Mixtecos, Nahuas, Otomíes, Popolocas, Tepehuas y Totonacas.</p> <p><b>Querétaro:</b> Pames.</p> <p><b>Quintana Roo:</b> Jacaltecos, Kanjobales, Mam y Mayas.</p> <p><b>San Luis Potosí:</b> Chichimeca Jonaz, Huastecos, Nahuas y Pames.</p> <p><b>Sinaloa:</b> Mayos.</p> <p><b>Sonora:</b> Guarijíos, Mayos, Pápagos, Pimas, Seris, Tarahumaras y Yaquis.</p> <p><b>Tabasco:</b> Chontales y Nahuas.</p> <p><b>Tamaulipas:</b> Nahuas.</p> <p><b>Tlaxcala:</b> Nahuas.</p> <p><b>Veracruz:</b> Nahuas, Popolucas, Tepehuas y Totonacas.</p> <p><b>Yucatán:</b> Mayas.</p>																					
<b>LENGUAS INDÍGENAS</b>	<p>Lenguas indígenas y cantidad de hablantes<sup>117</sup>:</p> <table> <tr> <td>Náhuatl (2, 587,452);</td> <td>Tzotzil (535,117);</td> <td>Chinanteco (207,643);</td> </tr> <tr> <td>Maya (1, 500,441);</td> <td>(407,617);</td> <td>Mixe (194,845);</td> </tr> <tr> <td>Zapoteco (771,577);</td> <td>Mazahua (336,546);</td> <td>Tarasco-Purépecha (193,426);</td> </tr> <tr> <td>Mixteco (771,455);</td> <td>Mazateco (336,158);</td> <td>Tlapaneco (167,029).</td> </tr> <tr> <td>Otomí (623,121);</td> <td>(336,158);</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tzeltal (583,111);</td> <td>Chol (283,797);</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Huasteco (237,876);</td> <td></td> </tr> </table>	Náhuatl (2, 587,452);	Tzotzil (535,117);	Chinanteco (207,643);	Maya (1, 500,441);	(407,617);	Mixe (194,845);	Zapoteco (771,577);	Mazahua (336,546);	Tarasco-Purépecha (193,426);	Mixteco (771,455);	Mazateco (336,158);	Tlapaneco (167,029).	Otomí (623,121);	(336,158);		Tzeltal (583,111);	Chol (283,797);			Huasteco (237,876);	
Náhuatl (2, 587,452);	Tzotzil (535,117);	Chinanteco (207,643);																				
Maya (1, 500,441);	(407,617);	Mixe (194,845);																				
Zapoteco (771,577);	Mazahua (336,546);	Tarasco-Purépecha (193,426);																				
Mixteco (771,455);	Mazateco (336,158);	Tlapaneco (167,029).																				
Otomí (623,121);	(336,158);																					
Tzeltal (583,111);	Chol (283,797);																					
	Huasteco (237,876);																					
<b>RANKING DE POBLACIÓN MUNDIAL</b>	<p>Países más poblados<sup>118</sup>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>China</b> (1,384,688,986).</li> <li>2. <b>India</b> (1,296,834,042).</li> <li>3. <b>Estados Unidos</b> (329,256,465).</li> <li>4. <b>Indonesia</b> (262,787,403).</li> <li>5. <b>Brasil</b> (208,846,892).</li> <li>6. <b>Pakistán</b> (207,862,512).</li> <li>7. <b>Nigeria</b> (195,300,343).</li> <li>8. <b>Bangladesh</b> (159,453,001).</li> <li>9. <b>Rusia</b> (142,122,776).</li> <li>10. <b>Japón</b> (126,168,776).</li> </ol>																					

<sup>117</sup> Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. *Programa Especial para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas 2014-2018*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.cdi.gob.mx/programas/2014/programa-especial-de-los-pueblos-indigenas-2014-2018.pdf>

<sup>118</sup> La información. *Conozca los 10 países más poblados del mundo*. Consultado el 12 de abril de 2017, en: [http://www.lainformacion.com/mundo/conozca-los-10-paises-mas-poblados-del-mundo\\_HftYE9lqdrXd2sVSN2HBA7/](http://www.lainformacion.com/mundo/conozca-los-10-paises-mas-poblados-del-mundo_HftYE9lqdrXd2sVSN2HBA7/) y United States. Census Bureau. *Countries and Areas Ranked by Population: 2016*. Consultado el 19 de febrero de 2018, en: <https://www.census.gov/programs-surveys/international-programs.html>



	11. <b>México</b> (123,982,528). <sup>119</sup>
<b>PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES DE LA POLÍTICA EXTERIOR DE MÉXICO</b>	<p>En la conducción de la política exterior, el Presidente debe observar los siguientes principios normativos<sup>120</sup>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La autodeterminación de los pueblos;</li> <li>2. La no intervención;</li> <li>3. La solución pacífica de controversias;</li> <li>4. La proscripción de la amenaza o el uso de la fuerza en las relaciones internacionales;</li> <li>5. La igualdad jurídica de los Estados;</li> <li>6. La cooperación internacional para el desarrollo; el respeto, la protección y promoción de los derechos humanos, y;</li> <li>7. La lucha por la paz y la seguridad internacionales.</li> </ol>
<b>MEXICANOS EN EL MUNDO</b>	<p>97.54% de los mexicanos que viven en el exterior radica en Estados Unidos de América. Los diez países con mayor registro de mexicanos en el exterior<sup>121</sup> son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Estados Unidos</b> (12, 009, 281);</li> <li>2. <b>Canadá</b> (118,249);</li> <li>3. <b>España</b> (49,236);</li> <li>4. <b>Alemania</b> (14,204);</li> <li>5. <b>Reino Unido</b> (12,000);</li> <li>6. <b>Bolivia</b> (8,691);</li> <li>7. <b>Argentina</b> (6,139);</li> <li>8. <b>Países Bajos</b> (5,548);</li> <li>9. <b>Costa Rica</b> (5,252);</li> <li>10. <b>Chile</b> (4,723), y;</li> <li>11. <b>Panamá</b> (4,638).</li> </ol>
<b>VOTO DE LOS MEXICANOS EN EL EXTERIOR</b>	<p>Sufragios emitidos por país (elecciones presidenciales 2012)<sup>122</sup>:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Estados Unidos de América</b> (29,348).</li> <li>2. <b>Canadá</b> (2,192).</li> <li>3. <b>España</b> (2,180).</li> <li>4. <b>Francia</b> (1,195).</li> <li>5. <b>Alemania</b> (1,188).</li> <li>6. <b>Reino Unido</b> (877).</li> <li>7. <b>Italia</b> (407).</li> <li>8. <b>Suiza</b> (351).</li> <li>9. <b>Australia</b> (303).</li> <li>10. <b>Países Bajos</b> (286).</li> </ol>

<sup>119</sup> *Op. cit.*, <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

<sup>120</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. *Artículo 89*. Consultado el 20 de mayo de 2016, en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>

<sup>121</sup> Instituto de los Mexicanos en el Exterior. *Mexicanos en el mundo*. Consultado el 2 de septiembre de 2016, en: <http://www.ime.gob.mx/es/resto-del-mundo>

<sup>122</sup> Instituto Federal Electoral. *Informe final del Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero, 2012*. Consultado el 20 de mayo de 2016, en: [http://www.votoextranjero.mx/documents/52001/54166/01\\_Informe+Final+del+VMRE+VERSION+FINAL+nov12.pdf/c5680252-6299-4b1c-b1bd-79c03305da66](http://www.votoextranjero.mx/documents/52001/54166/01_Informe+Final+del+VMRE+VERSION+FINAL+nov12.pdf/c5680252-6299-4b1c-b1bd-79c03305da66)

<p><b>REMESAS</b></p>	<p>Cuarto receptor de remesas a nivel mundial:<sup>123</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>India</b> (65 mil 450 millones de dólares=11.2%).</li> <li>2. <b>China</b> (65 mil 172 millones de dólares=11.1%).</li> <li>3. <b>Filipinas</b> (29 mil 100 millones de dólares=5.0%).</li> <li>4. <b>México</b> (28 mil 143 millones de dólares=4.8%).</li> <li>5. <b>Francia</b> (23 mil 720 millones de dólares=4.1%).</li> </ol>
<p><b>EMBAJADAS Y CONSULADOS</b></p>	<p>Representaciones diplomáticas en el exterior<sup>124</sup>:</p> <p>Embajadas 80.          Consulados 67.          Misiones permanentes 7.          Oficinas de enlace 3.</p>
<p><b>PRINCIPALES TRATADOS A LOS QUE PERTENECE MÉXICO</b></p>	<p>Instrumentos internacionales y entrada en vigor<sup>125</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenio constitutivo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 30 de diciembre de 1959.</li> <li>• Convenio sobre el Fondo Monetario Internacional (FMI). 31 de diciembre de 1945.</li> <li>• Convención de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). 18 de mayo de 1994.</li> <li>• Carta de la Organización de los Estados Americanos (OEA). 13 de diciembre de 1951.</li> <li>• Estatuto del Organismo Internacional de Energía Atómica (OIEA). 7 de abril de 1958.</li> <li>• Constitución de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). 5 de junio de 2002.</li> <li>• Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). 24 de agosto de 1986.</li> <li>• Constitución de la Organización Mundial de la Salud (OMS). 7 de abril de 1948.</li> <li>• Estatutos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). 1° de noviembre de 1974.</li> <li>• Carta de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y Estatuto de la Corte Internacional de Justicia. 7 de noviembre de 1945. Reconocimiento por parte de México de la Jurisdicción de la Corte Internacional de Justicia, de conformidad con el Artículo 36, párrafo 2 del Estatuto de la Corte. 28 de octubre de 1947.</li> <li>• Constitución de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). 4 de noviembre de 1946.</li> <li>• Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). 20 de mayo de 1954.</li> </ul>

<sup>123</sup> Secretaría General del Consejo Nacional de Población, Fundación Bancomer y BBVA Research México. *Anuario de Migración y Remesas. México 2017*. Consultado el 30 de enero de 2018, en: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/250390/Anuario\\_Migracion\\_y\\_Remesas\\_2017.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/250390/Anuario_Migracion_y_Remesas_2017.pdf)

<sup>124</sup> Instituto Matías Romero. *Infografías*. 3. *Diplomacia*. Consultado el 19 de mayo de 2016, en: [http://imr.sre.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=731&Itemid=30#img3](http://imr.sre.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=731&Itemid=30#img3)

<sup>125</sup> Secretaría de Relaciones Exteriores. *Búsqueda de Tratados*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: [http://proteo2.sre.gob.mx/tratados/consulta\\_nva.php](http://proteo2.sre.gob.mx/tratados/consulta_nva.php)

<p><b>PRINCIPALES ORGANISMOS INTERNACIONALES A LOS QUE PERTENECE MÉXICO</b></p>	<p>Organismos Internacionales y fecha de ingreso<sup>126</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banco Mundial (BM). 1 de julio de 1944.</li> <li>• Organización de las Naciones Unidas (ONU). 7 de noviembre de 1945.</li> <li>• Fondo Monetario Internacional (FMI). 31 de diciembre de 1945.</li> <li>• Organización de Estados Americanos (OEA). 23 de noviembre de 1948.</li> <li>• Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 30 de diciembre de 1959.</li> <li>• Unión Interparlamentaria (UIP). Ingresó: 1925, se retiró y reingresó en 1973.<sup>127</sup></li> <li>• Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). 18 de mayo de 1994.</li> <li>• Organización Mundial de Comercio (OMC). 1 de enero de 1995.</li> </ul>
<p><b>EXTENSIÓN GEOGRÁFICA</b></p>	<p>1'964.375 Km<sup>2</sup>. Lugar 13 en el mundo.<sup>128</sup></p>
<p><b>FRONTERAS</b></p>	<p>3 152 km con <b>Estados Unidos</b>; 956 km con <b>Guatemala</b>, y; 193 km con <b>Belice</b><sup>129</sup>.</p>
<p><b>LÍNEAS COSTERAS</b></p>	<p>Al este. Está el Golfo de México, con una extensión de 2 429 km (y 865 km de litoral del mar Caribe), y: Al oeste. Se encuentra el Océano Pacífico, a lo largo de 7 828 kilómetros.<sup>130</sup></p>
<p><b>PRINCIPALES RECURSOS NATURALES</b></p>	<p>Recursos:<sup>131</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación potencial de energía eólica calculada en 40,268 mega watts.</li> <li>- Generación potencial de energía hidroeléctrica estimada en 53,000 mega watts.</li> <li>- Generación potencial de energía geotérmica calculada en 10,664 mega watts.</li> <li>- México es el 12vo productor mundial de alimentos.</li> <li>- Ocupa el primer lugar como exportador de café orgánico.</li> <li>- Principal país exportador del sector agroalimentario del mundo en productos como cerveza, tomate, chiles y pimientos, además de sandía, pepino, limón, aguacate, cebolla, tequila, sandía y papaya, entre otros. El país ocupa el segundo lugar en el orbe en espárragos, garbanzo, nuez</li> </ul>

<sup>126</sup> *Ídem.*

<sup>127</sup> Centro de Estudios Internacionales "Gilberto Bosques". *La Unión Interparlamentaria (UIP)*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/index.php/diplomacia-parlamentaria/109-diplomacia/foros-parlam/107-uip>

<sup>128</sup> INEGI. *Anuario Estadístico y Geográfico de los Estados Unidos Mexicanos 2016*. Consultado el 17 de abril de 2017, en: [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/AEGEUM\\_2016/702825087340.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/AEGEUM_2016/702825087340.pdf)

<sup>129</sup> *Ídem.*

<sup>130</sup> *Ídem.*

<sup>131</sup> ProMéxico. *Biodiversidad*. Consultado el 21 de febrero de 2017, en: [http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/recursos\\_naturales](http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/recursos_naturales) y Presidencia de la República. *México dobla su apuesta por el libre comercio*. Consultado el 21 de febrero de 2016, en: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/mexico-dobla-su-apuesta-por-el-libre-comercio?idiom=es>

sin cáscara, artículos de confitería y col; y el tercero en berenjena, aceite de sésamo, miel, fresa, espinaca, jugo de naranja, apio y café descafeinado. En 2015, México exportó productos agroalimentarios por más de 26 mil millones de dólares a diferentes destinos internacionales.<sup>132</sup>

- Posee el 5° lugar a nivel mundial en producción de huevo, con 120 millones de huevos al día.

- Primer productor mundial de plata con 192.9 millones de onzas. Le siguen Perú con 121.5 y China con 114.7 millones de onzas.<sup>133</sup>

- Onceavo productor de petróleo a nivel mundial.

- Se ubica entre los 10 principales productores de 16 diferentes minerales: plata, bismuto, fluorita, celestita, wollastonita, cadmio, molibdeno, plomo, zinc, diatomita, sal, barita, grafito, yeso, oro, entre otros.<sup>134</sup>

- Uno de los primeros 10 países productores de cobre en el mundo con 452.4 mil toneladas.<sup>135</sup> En los primeros lugares están: Chile con 1 841 000 toneladas, Estados Unidos con 1 470 000 toneladas, Suiza con 1 296 000 toneladas y Reino Unido con 1 203 000 toneladas.<sup>136</sup>

- Concentra el 26.3 por ciento de las exportaciones de pantallas planas a nivel mundial, consolidándose como el principal proveedor de este producto en Norteamérica.<sup>137</sup>

- Primer exportador de refrigeradores con un valor de 2684 mil millones de dólares.<sup>138</sup>

- Séptimo exportador de vehículos ligeros en el mundo. A continuación, los primeros 10 países exportadores (cifras en millones de unidades)<sup>139</sup>: China (23.70), Estados Unidos (11.70), Japón (9.8), Alemania (5.9), Corea del Sur (4.5),

<sup>132</sup> Secretaría de Agricultura Ganadería Desarrollo Rural Pesca y Alimentación. *La importancia de las exportaciones agroalimentarias de México*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.sagarpa.gob.mx/Delegaciones/coahuila/boletines/2016/abril/Documents/2016B43.pdf>

<sup>133</sup> Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. *Diez países con mayor producción de plata*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/diez-mas/2010-diez-paises-con-mayor-produccion-de-plata>

<sup>134</sup> Secretaría de Economía. *El sector minero-metalúrgico en México contribuye con el 4 por ciento del Producto Interno Bruto nacional*. Consultado el 21 de febrero de 2017, en: <http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/mineria>

<sup>135</sup> Secretaría de Economía. *Resumen de Indicadores Básicos de la Minería*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://www.sgm.gob.mx/productos/pdf/CapituloI\\_2015.pdf](http://www.sgm.gob.mx/productos/pdf/CapituloI_2015.pdf)

<sup>136</sup> El Financiero. *Larrea mete a México al top 10 de producción de cobre del mundo*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/larrea-mete-a-mexico-a-top-10-de-produccion-de-cobre-del-mundo.html>

<sup>137</sup> El Financiero. *5 productos en los que México es líder mundial*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.elfinanciero.com.mx/rankings/top-de-los-productos-en-el-que-mexico-es-lider-mundial.html>

<sup>138</sup> Secretaría de Economía. ProMéxico. *Diagnóstico sectorial. Electrodomésticos*. Consultado el 12 de septiembre de 2016, en: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/diagnosticos-sectoriales/electrodomesticos.pdf>

<sup>139</sup> Asociación Mexicana de la Industria Automotriz. Boletín de prensa. *Cifras de diciembre y acumulado 2014*. Consultado el 11 de mayo de 2016, en: <http://www.amia.com.mx/descargarb.html> y El Financiero. *Cinco gráficas que explican el boom automotriz en México*. Consultado el 11 de mayo de 2016, en: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/cinco-graficas-que-explica-la-produccion-automotriz-de-mexico.html>

	<p>India (3.80), México (3.40), Brasil (3.1), España y Canadá (2.40) cada uno.</p> <p>Datos de <i>vehículos manufacturados</i> durante el segundo semestre de 2017:<sup>140</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se exportaron 3,102,604 vehículos ligeros en 2017.</li> <li>- En diciembre de 2017, se exportaron 252,723 vehículos ligeros, lo cual equivale a 17.6% menos respecto de diciembre de 2016.</li> <li>- Durante el período enero-diciembre 2017, los vehículos ligeros que México vendió al exterior fueron enviados principalmente a Estados Unidos, representando el 75.3% (2,335,245 unidades) del total de las exportaciones, como segundo destino se tuvo a Canadá con el 8.6% (267,219 unidades), y en tercer lugar está Alemania con el 3.1% (96,753 unidades).</li> <li>- La <i>venta de vehículos ligeros a Estados Unidos</i> (acumulado enero-diciembre) se compone por los siguientes países:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alemania: 670,236 unidades en 2016; 599,076 vehículos en enero-diciembre de 2017, con una variación de -10.6%.</li> <li>2. Japón: 1,649,601 unidades en 2016; 1,714,382 vehículos en enero-diciembre de 2017, con una variación de 3.9%.</li> <li>3. República de Corea: 947,986 unidades en 2016; 821,338 vehículos en enero-diciembre de 2017, con una variación de -13.4%.</li> <li>4. México: 2,133,724 unidades en 2016; 2,335,245 vehículos en enero-diciembre de 2017, con una variación de 9.4%.</li> </ol> </li> </ul>
<b>DIVISIÓN ADMINISTRATIVA</b>	<p><b>32 Entidades Federativas:</b> Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán, Zacatecas y Ciudad de México.</p>
<b>PRINCIPALES CIUDADES</b>	<p>Ciudades y población en millones de habitantes:</p> <p><b>Ciudad de México</b> (8, 918,653),<sup>141</sup> y su zona metropolitana (en conjunto llega a 20 116 842)<sup>142</sup>; <b>Guadalajara</b> (1, 460,148)<sup>143</sup> y su zona metropolitana (4, 641,511)<sup>144</sup>;</p>

<sup>140</sup> Asociación Mexicana de la Industria Automotriz. Boletín de prensa. *Cifras de 2017*. Consultado el 19 de enero de 2018, en: <http://www.amia.com.mx/descargarb.html>

<sup>141</sup> El Financiero. *En México viven casi 120 millones de personas: INEGI*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/en-mexico-viven-119-millones-938-mil-437-personas-inegi.html>

<sup>142</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Zonas metropolitanas de los Estados Unidos Mexicanos*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/zona\\_metro/zmeum\\_ce20091.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/zona_metro/zmeum_ce20091.pdf)

<sup>143</sup> Unión Guanajuato. *León ya es la cuarta ciudad más poblada de México*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.unionguanajuato.mx/articulo/2015/12/10/gente/leon-ya-es-la-cuarta-ciudad-mas-poblada-de-mexico>

<sup>144</sup> Jalisco Gobierno del Estado. *Área Metropolitana de Guadalajara*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/guadalajara>



	<p><b>Monterrey</b> (1, 135,512)<sup>145</sup> y su zona metropolitana (en conjunto llega a 4, 089,962), y; <b>Puebla-Tlaxcala</b> (1, 576,259 y 1, 272,847 respectivamente)<sup>146</sup> con sus zonas metropolitanas (el conjunto de las dos zonas de las entidades llega a (2, 668,437)<sup>147</sup>.</p>																																																
<p><b>PRINCIPALES PUERTOS Y AEROPUERTOS</b></p>	<p>México cuenta con 117 puertos de los cuales destacan los siguientes:<sup>148</sup></p> <table border="0"> <tr> <td colspan="2"><u>Pacífico (orden por número de pasajeros)</u></td> <td colspan="2"><u>Golfo y Caribe (orden por número de pasajeros)</u></td> </tr> <tr> <td>1. Ensenada (Baja California): 684,716.</td> <td></td> <td>1. Cozumel (Quintana Roo): 3,403,414.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Cabo San Lucas (Baja California Sur): 383,729.</td> <td></td> <td>2. Majahual (Quintana Roo): 425,102.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Puerto Vallarta (Jalisco): 321,454.</td> <td></td> <td>3. Progreso (Yucatán): 330,794.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Mazatlán (Sinaloa): 195,033.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Bahías de Huatulco (Oaxaca): 47,089.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <table border="0"> <tr> <td colspan="2"><u>Pacífico (con mayor movimiento de contenedores por litoral)</u></td> <td colspan="2"><u>Golfo y Caribe (con mayor movimiento de contenedores por litoral)</u></td> </tr> <tr> <td>1. Manzanillo (Colima): 2,541,140.</td> <td></td> <td>1. Veracruz (Veracruz): 931,812.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Lázaro Cárdenas (Michoacán): 1,058,747.</td> <td></td> <td>2. Altamira (Tamaulipas): 647,369.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Ensenada (Baja California): 193,420.</td> <td></td> <td>3. Progreso (Yucatán): 67,653.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Mazatlán (Sinaloa): 35,906.</td> <td></td> <td>4. Puerto Morelos (Quintana Roo): 10,548.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Guaymas (Sonora): 8,392.</td> <td></td> <td>5. Coatzacoalcos (Veracruz): 11,339.</td> <td></td> </tr> </table> <p>México cuenta con 76 aeropuertos registrados ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), los que tienen más afluencia de pasajeros son los siguientes<sup>149</sup>:</p>	<u>Pacífico (orden por número de pasajeros)</u>		<u>Golfo y Caribe (orden por número de pasajeros)</u>		1. Ensenada (Baja California): 684,716.		1. Cozumel (Quintana Roo): 3,403,414.		2. Cabo San Lucas (Baja California Sur): 383,729.		2. Majahual (Quintana Roo): 425,102.		3. Puerto Vallarta (Jalisco): 321,454.		3. Progreso (Yucatán): 330,794.		4. Mazatlán (Sinaloa): 195,033.				5. Bahías de Huatulco (Oaxaca): 47,089.				<u>Pacífico (con mayor movimiento de contenedores por litoral)</u>		<u>Golfo y Caribe (con mayor movimiento de contenedores por litoral)</u>		1. Manzanillo (Colima): 2,541,140.		1. Veracruz (Veracruz): 931,812.		2. Lázaro Cárdenas (Michoacán): 1,058,747.		2. Altamira (Tamaulipas): 647,369.		3. Ensenada (Baja California): 193,420.		3. Progreso (Yucatán): 67,653.		4. Mazatlán (Sinaloa): 35,906.		4. Puerto Morelos (Quintana Roo): 10,548.		5. Guaymas (Sonora): 8,392.		5. Coatzacoalcos (Veracruz): 11,339.	
<u>Pacífico (orden por número de pasajeros)</u>		<u>Golfo y Caribe (orden por número de pasajeros)</u>																																															
1. Ensenada (Baja California): 684,716.		1. Cozumel (Quintana Roo): 3,403,414.																																															
2. Cabo San Lucas (Baja California Sur): 383,729.		2. Majahual (Quintana Roo): 425,102.																																															
3. Puerto Vallarta (Jalisco): 321,454.		3. Progreso (Yucatán): 330,794.																																															
4. Mazatlán (Sinaloa): 195,033.																																																	
5. Bahías de Huatulco (Oaxaca): 47,089.																																																	
<u>Pacífico (con mayor movimiento de contenedores por litoral)</u>		<u>Golfo y Caribe (con mayor movimiento de contenedores por litoral)</u>																																															
1. Manzanillo (Colima): 2,541,140.		1. Veracruz (Veracruz): 931,812.																																															
2. Lázaro Cárdenas (Michoacán): 1,058,747.		2. Altamira (Tamaulipas): 647,369.																																															
3. Ensenada (Baja California): 193,420.		3. Progreso (Yucatán): 67,653.																																															
4. Mazatlán (Sinaloa): 35,906.		4. Puerto Morelos (Quintana Roo): 10,548.																																															
5. Guaymas (Sonora): 8,392.		5. Coatzacoalcos (Veracruz): 11,339.																																															

<sup>145</sup> Excelsior. *Tópicos: Monterrey*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.excelsior.com.mx/topico/monterrey>

<sup>146</sup> *Op. cit.*, <http://www.unionguajuato.mx/articulo/2015/12/10/gente/leon-ya-es-la-cuarta-ciudad-mas-poblada-de-mexico>

<sup>147</sup> *Op. cit.*, *Zonas metropolitanas de los Estados Unidos Mexicanos*. [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/zona\\_metr\\_o/zmeum\\_ce20091.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/zona_metr_o/zmeum_ce20091.pdf)

<sup>148</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Principales Estadísticas del Sector Comunicaciones y Transportes. Consultado el 11 de septiembre de 2017, en: <http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGP/estadistica/Principales-Estadisticas/PE-2016.pdf>

<sup>149</sup> Presidencia. 5to Informe de Gobierno. Consultado el 8 de septiembre de 2017, en: <http://www.presidencia.gob.mx/quintoinforme/>; Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Aviación Mexicana en cifras 1991-2016*. Consultado el 8 de septiembre de 2017, en: <http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGAC-archivo/modulo5/amc-2016-i.pdf> y Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Consultado el 11 de septiembre de 2017, en: [goo.gl/qRSngp](http://goo.gl/qRSngp)

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México Benito Juárez (AICM): 41,407,523.</li> <li>2. Aeropuerto Internacional de Cancún (Quintana Roo): 21,415,795.</li> <li>3. Aeropuerto Internacional de Guadalajara Don Miguel Hidalgo y Costilla (Jalisco): 11,362,552.</li> <li>4. Aeropuerto Internacional de Monterrey (Nuevo León): 9,178,533.</li> <li>5. Aeropuerto Internacional de Tijuana (Baja California): 6,318,826.</li> <li>6. Aeropuerto Internacional de Los Cabos (Baja California Sur): 4,089,000.</li> <li>7. Aeropuerto Internacional de Puerto Vallarta (Lic. Gustavo Díaz Ordaz, Jalisco): 3,990,483.</li> <li>8. Aeropuerto Internacional de Mérida (Yucatán): 1,944,782.</li> <li>9. Aeropuerto Internacional de Culiacán (Sinaloa): 1,726,654.</li> <li>10. Aeropuerto Internacional de Guanajuato (Guanajuato): 1,692,864.</li> <li>11. Aeropuerto Internacional de Hermosillo (Sonora): 1,525,884.</li> <li>12. Aeropuerto Internacional de Veracruz (Veracruz): 1,315,867.</li> <li>13. Aeropuerto Internacional de Chihuahua (Chihuahua): 1,305,961.</li> <li>14. Aeropuerto Internacional de Tuxtla Gutiérrez (Chiapas): 1,272,689.</li> </ol> <p>Actualmente, 82 millones de pasajeros, son usuarios de los distintos aeropuertos del país<sup>150</sup>.</p>
<b>INFRAESTRUCTURA CARRETERA (KM)</b>	73,989.79 kilómetros. <sup>151</sup>
<b>PIB (US\$ A VALORES DE PARIDAD DE PODER ADQUISITIVO)</b>	2 billones 406 mil 199 millones de dólares. <sup>152</sup> El PIB PPA (Paridad del Poder Adquisitivo) es el resultado de un ajuste que consiste en comparar el valor del producto de dos países con distinta moneda. Lo que se estila es convertir el valor de cada PIB a dólares estadounidenses, dicha conversión se basa en el tipo de cambio vigente en el mercado de divisas o en el tipo de cambio ajustado según la Paridad del Poder Adquisitivo (PPA). Este último es el tipo de cambio que habría que aplicar al convertir una moneda a otra para poder comprar el mismo volumen de bienes y servicios en cada país. <sup>153</sup>
<b>PIB PER CÁPITA (US\$ A VALORES DE PARIDAD DE PODER ADQUISITIVO)</b>	19,480 dólares. El PIB PPA per cápita es la distribución promedio del PIB PPA (Paridad del Poder Adquisitivo) por

<sup>150</sup> *Ídem*. Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Aviación Mexicana en cifras 1991-2016*.

<sup>151</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Infraestructura Carretera*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.gob.mx/sct/datos-abiertos/571e8d4f5a1a5e0100a515cc>

<sup>152</sup> IMF. Report for Selected Countries and Subjects. Consultado el 22 de enero de 2018, en: [goo.gl/dY9ujj](http://goo.gl/dY9ujj)

<sup>153</sup> IMF. ¿Qué es el Producto Interno Bruto? Consultado el 22 de enero de 2018, en: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2008/12/pdf/basics.pdf>



	cada habitante de un país, calculado en un año determinado. <sup>154</sup>
<b>CRECIMIENTO DEL PIB, % ANUAL</b>	1.8% <sup>155</sup>
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS PRINCIPALES SECTORES DE ACTIVIDAD EN EL PIB (AGRICULTURA, INDUSTRIA Y SERVICIOS)</b>	<p>Sectores en el PIB (cifras en millones de pesos):<sup>156</sup></p> <p><b>Sector primario:</b> 4.2% equivale a 902,946 millones de pesos (mp). Agricultura: 609,056, cría de explotación de animales 241,383, aprovechamiento forestal 24,471, pesca, caza y captura 23,843, y servicios relacionados con las actividades agropecuarias y forestales 4,194.</p> <p><b>Sector secundario:</b> 31.0% equivale a 6,697,682 millones de pesos (mp). Industrias manufactureras (productos alimenticios, bebidas, tabaco, papel, impresión, industria de la madera, fabricación de muebles, entre otras) 3,775,299, construcción 1,719,542, minería 856,318, y generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final 346,523. Composición de las actividades manufactureras (estructura porcentual): equipo de transporte 21.6%, industria alimentaria 20.9%, equipo de computación, comunicación, medición 9.5%, industria química 7.7%, industrias metálicas básicas 6.5%, industria de las bebidas y el tabaco 5.9%, maquinaria y equipo 4.1%, equipo de generación eléctrica y aparatos eléctricos 3.3%, productos metálicos 3.2%, industria del plástico y del hule 2.9%, productos a base de minerales no metálicos 2.6 y resto de actividades 11.8%.</p> <p><b>Sector terciario:</b> 64.8% equivale a 14,001,350 millones de pesos (mp). Comercio al por menor 10.6% con 2,286,436, servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles 10.2% con 2,214,630 mp, comercio al por mayor 10.1% con 2,179,410, transportes, correos y almacenamiento 6.4% con 1,373,730, actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales 4.3% con 930,768, servicios financieros y de seguros 4.2% con 878,237, servicios educativos 4.1% con 878,327, y servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación 3.7% con 799,383.</p>
<b>SALARIO MÍNIMO</b>	\$88.36 equivale a 4.78 dólares. <sup>157</sup>
<b>TASA DE INFLACIÓN</b>	5.55% <sup>158</sup>

<sup>154</sup> IMF. Report for Selected Countries and Subjects. Consultado el 22 de enero de 2018, en: [goo.gl/3R5gck](http://goo.gl/3R5gck)

<sup>155</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Producto Interno Bruto a Precios Corrientes*. Consultado el 29 de enero de 2018, en: [goo.gl/Ggx7Rv](http://goo.gl/Ggx7Rv)

<sup>156</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Producto Interno Bruto a Precios Corrientes. Cifras durante el Cuarto Trimestre de 2017*. Consultado el 2 de marzo de 2018, en: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/notasinformativas/2018/pib\\_prececr/pib\\_prececr2018\\_02.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/notasinformativas/2018/pib_prececr/pib_prececr2018_02.pdf)

<sup>157</sup> Tipo de cambio al 19 de febrero de 2018, 1 US\$ = \$18.47. SHCP. *SALARIOS MÍNIMOS 2018*. Consultado en misma fecha en: [http://www.sat.gob.mx/informacion\\_fiscal/tablas\\_indicadores/Paginas/salarios\\_minimos.aspx](http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/tablas_indicadores/Paginas/salarios_minimos.aspx)

<sup>158</sup> Banco de México. *Índice Nacional de Precios al Consumidor*. Consultado el 19 de febrero de 2018, en: <http://www.banxico.org.mx/portal-inflacion/inflacion.html>

<b>DEUDA PÚBLICA (% PIB)</b>	48.2% <sup>159</sup>
<b>DEUDA EXTERNA</b>	183,183 millones de dólares. <sup>160</sup>
<b>DÉFICIT PÚBLICO</b>	233 mil 693 millones de pesos, equivalente al 1.1% del Producto Interno Bruto. <sup>161</sup>
<b>DESEMPLEO (% DE LA POBLACIÓN ECONÓMICA)</b>	3.3% <sup>162</sup>
<b>DESEMPLEO POR GÉNERO</b>	3.2% en hombres y 3.5% en mujeres respecto de la Población Económicamente Activa. <sup>163</sup>
<b>PARTICIPACIÓN DE MUJERES Y HOMBRES EN EL PIB (% DE LA POBLACIÓN ECONÓMICA)</b>	Hombres 61.9% - Mujeres 38.1%. <sup>164</sup>
<b>PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN DE IMPORTACIONES</b>	<b>Estados Unidos de América</b> 179,582.7 millones de dólares. <b>China</b> 69,520.7 millones de dólares. <b>Japón</b> 17,751.1 millones de dólares. <sup>165</sup>
<b>PRINCIPALES PAÍSES DESTINO DE EXPORTACIONES</b>	<b>Estados Unidos de América</b> 302,654.5 millones de dólares. <b>Canadá</b> 10,427.0 millones de dólares. <b>China</b> 5,407.4 millones de dólares. <sup>166</sup>
<b>PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTACIÓN</b>	Bienes manufacturados (armadoras de automóviles, embotelladoras de refrescos, empacadoras de alimentos, laboratorios farmacéuticos entre otros) <sup>167</sup> , petróleo y productos derivados, plata, frutas, vegetales, café y algodón. Participación porcentual de las exportaciones petroleras y no petroleras <sup>168</sup> : Manufactureras 86.6%, vehículos ligeros

<sup>159</sup> SHCP. *Las finanzas públicas y la deuda pública a noviembre de 2017*. Consultado el 12 de febrero de 2018, en: <https://www.gob.mx/shcp/prensa/comunicado-no-249-las-finanzas-publicas-y-la-deuda-publica-a-noviembre-de-2017>

<sup>160</sup> Banco de México. *Posición de deuda externa bruta*. Consultado el 2 de marzo de 2018, en: [http://finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/es/Finanzas\\_Publicas/Estadisticas\\_Oportunas\\_de\\_Finanzas\\_Publicas](http://finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/es/Finanzas_Publicas/Estadisticas_Oportunas_de_Finanzas_Publicas)

<sup>161</sup> Secretaría de Hacienda y Crédito Público. *Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública Cuarto trimestre 2017*. Consultado el 2 de marzo de 2018, en: [http://finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas\\_Publicas/docs/ori/Espanol/Trimestrales/2017/Informes\\_sobre\\_la\\_Situacion\\_Economica\\_%20las\\_Finanzas\\_Publicas\\_y\\_la\\_Deuda\\_Publica\\_al\\_4T17.pdf](http://finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas_Publicas/docs/ori/Espanol/Trimestrales/2017/Informes_sobre_la_Situacion_Economica_%20las_Finanzas_Publicas_y_la_Deuda_Publica_al_4T17.pdf)

<sup>162</sup> *Op. cit.*, *Indicadores de ocupación y empleo al cuarto trimestre de 2017*. Consultado el 19 de febrero de 2018, en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

<sup>163</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Desocupación*. Consultado el 20 de octubre de 2017, en: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=621&c=25447>

<sup>164</sup> Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Información Laboral. Consultado el 25 de septiembre de 2017, en: <http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/pdf/perfiles/perfil%20nacional.pdf>

<sup>165</sup> Secretaría de Economía. *Importaciones totales de México*. Consultado el 12 de abril de 2017, en: <http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/191093/Acum-Importa-dic2016.pdf>

<sup>166</sup> Secretaría de Economía. *Exportaciones totales de México*. Consultado el 12 de abril de 2017, en: <http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/191094/Acum-Exporta-dic2016.pdf>

<sup>167</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Industria manufacturera*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/secundario/manufacturera/default.aspx?tema=E>

<sup>168</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Balanza comercial de mercancías de México. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/externo/mensual/ece/bcmm.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/externo/mensual/ece/bcmm.pdf)

	75.8% (del total de exportaciones) <sup>169</sup> , petróleo crudo 5.9%, agropecuarias 4.6%, otros derivados del petróleo 1.7% y extractivas 1.2%.
<b>PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTACIÓN</b>	Máquinas y material eléctrico, aparatos mecánicos, calderas, vehículos terrestres y sus partes, combustibles minerales y sus productos, plástico y sus manufacturas, instrumentos y aparatos de óptica y médicos, manufacturas de fundición de hierro o acero, caucho y productos químicos orgánicos. <sup>170</sup> Participación porcentual de las importaciones petroleras y no petroleras <sup>171</sup> : Manufactureras 86.4%, derivados del petróleo 6.6%, agropecuarias 3.0%, petroquímica 2.3%, gas natural 1.2% y extractivas 0.5%.
<b>MONTO COMERCIO (MILLONES DE DÓLARES)</b>	Exportaciones: 409,494 (miles de millones de dólares); importaciones: 420,369 (miles de millones de dólares). <sup>172</sup>
<b>PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES</b>	Los diez principales socios comerciales de México y el valor de las exportaciones (millones de dólares) <sup>173</sup> : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Estados Unidos</b> (24,874 mdd).</li> <li>2. <b>Canadá</b> (1,844 mdd).</li> <li>3. <b>Unión Europea</b> (1,521 mdd).</li> <li>4. <b>Japón</b> (1,054 mdd).</li> <li>5. <b>Centroamérica</b> (1,004 mdd).</li> <li>6. <b>Alianza del Pacífico</b> (430 mdd).</li> </ol>
<b>SALDO EN BALANZA COMERCIAL</b>	-10,875 millones de dólares. <sup>174</sup>
<b>INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA</b>	29,695.0 millones de dólares (2017). <sup>175</sup>

<sup>169</sup> Asociación Mexicana de la Industria Automotriz A.C. *Boletín de prensa: Cifras de abril y acumulado 2016*. Consultado el 11 de mayo de 2016, en: <http://www.amia.com.mx/>

<sup>170</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Balanza comercial de mercancías de México*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/mensual/ece/bcmm.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/mensual/ece/bcmm.pdf)

<sup>171</sup> *Op. cit.*, [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/mensual/ece/bcmm.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/mensual/ece/bcmm.pdf)

<sup>172</sup> Banco de México. *La Balanza de Pagos en 2017*. Consultado el 1 de marzo de 2018, en: <http://www.banxico.org.mx/informacion-para-la-prensa/comunicados/sector-externo/balanza-de-pagos/%7BDAAAC13F5-F895-85D2-CA3A-21A35B13C7EF%7D.pdf>

<sup>173</sup> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. *Conoce los 10 primeros socios comerciales de México*. Consultado el 30 de enero de 2018, en: <https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/conoce-los-10-primeros-socios-comerciales-de-mexico>

<sup>174</sup> *Op. cit.*, *Balanza comercial de mercancías de México*. Consultado el 25 de septiembre de 2017, en: <http://www.banxico.org.mx/SielInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&idCuadro=CE125&sector=1&locale=es> y El Financiero. México rompe récord en exportaciones de 2017. Consultado el 1 de marzo de 2018, en: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/mexico-rompe-record-en-exportaciones-de-2017.html>

<sup>175</sup> Secretaría de Economía. De enero a diciembre de 2017 México registró 29,695.0 millones de dólares de Inversión Extranjera Directa. Consultado el 21 de febrero de 2018, en: <https://www.gob.mx/se/es/prensa/de-enero-a-diciembre-de-2017-mexico-registro-29-695-0-millones-de-dolares-de-inversion-extranjera-directa?idiom=es>

<b>ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMO (VARIACIÓN ANUAL)</b>	6.16%. <sup>176</sup>
<b>GASTO PÚBLICO EN SALUD/PIB</b>	5.3%. <sup>177</sup>
<b>GASTO PÚBLICO EN EDUCACIÓN/PIB</b>	3.75%. <sup>178</sup>
<b>INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO/PIB</b>	0.57%. <sup>179</sup>
<b>TRATADOS DE LIBRE COMERCIO</b>	<p>Acuerdos y entrada en vigor:<sup>180</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tratado de Libre Comercio con América del Norte (1 de enero de 1994);</li> <li>2. Tratado de Libre Comercio México-Colombia (1 de junio de 1995-Protocolo modificadorio 2 de agosto de 2011);</li> <li>3. Tratado de Libre Comercio México-Chile (1 de agosto de 1999);</li> <li>4. Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (1 de julio de 2000);</li> <li>5. Tratado de Libre Comercio México-Israel (1 de julio de 2000);</li> <li>6. Tratado de Libre Comercio México-Asociación Europea de Libre Comercio (Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza) (1 de julio de 2001);</li> <li>7. Tratado de Libre Comercio México-Uruguay (15 de julio de 2004-Protocolo modificadorio 1 de marzo de 2013);</li> <li>8. Acuerdo de Asociación Económica México-Japón (1 de abril de 2005-Protocolo modificadorio 1 de abril de 2012);</li> <li>9. Acuerdo de Integración Comercial México-Perú (1 de febrero de 2012);</li> <li>10. Tratado de Libre Comercio México-Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) (El Salvador 1 de septiembre de 2012; Honduras 1 de enero de 2013; Costa Rica 1 de julio de 2013, y; Guatemala 1 de septiembre de 2013);</li> <li>11. Tratado de Libre Comercio México-Panamá (1 de julio de 2015), y;</li> </ol>

<sup>176</sup> Banco de México. *Datos Económicos y Financieros de México*. Consultado el 22 de junio de 2017, en: <http://www.banxico.org.mx/SielInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadroAnalitico&iidCuadro=CA126&sector=12&locale=es>

<sup>177</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Salud*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/salud/default.aspx>

<sup>178</sup> Cámara de Diputados. *“El Proyecto del Presupuesto Público Federal para la FUNCIÓN EDUCACIÓN, 2015-2016”*. Consultado el 2 de septiembre de 2016, en: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-ISS-19-15.pdf>

<sup>179</sup> Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. *Recibirá ciencia, tecnología e innovación inversión de 91 mil 650 mdp del Gobierno Federal: Conacyt*. Consultado el 22 de agosto de 2016, en: <http://conacyt.gob.mx/index.php/comunicacion/comunicados-prensa/566-recibira-ciencia-tecnologia-e-innovacion-inversion-de-91-mil-650-mdp-del-gobierno-federal-conacyt>

<sup>180</sup> Secretaría de Economía. *Comercio Exterior / Países con Tratados y Acuerdos firmados con México*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico?state=published>

	12. Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú. 6 de junio de 2012).
<b>RANKING ECONÓMICO</b>	Principales economías (cifras en millones de dólares) <sup>181</sup> : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Estados Unidos de América</b> (18,624,475).</li> <li>2. <b>China</b> (11,199,145).</li> <li>3. <b>Japón</b> (4,940,159).</li> <li>4. <b>Alemania</b> (3,477,796).</li> <li>5. <b>Reino Unido</b> (2,647,899).</li> <li>6. <b>Francia</b> (2,465,454).</li> <li>7. <b>India</b> (2,263,792).</li> <li>8. <b>Italia</b> (1,858,913).</li> <li>9. <b>Brasil</b> (1,796,187).</li> <li>10. <b>Canadá</b> (1,529,760).</li> <li>11. <b>República de Corea</b> (1,411,246).</li> <li>12. <b>Rusia</b> (1,283,163).</li> <li>13. <b>España</b> (1,237,255).</li> <li>14. <b>Australia</b> (1,204,616).</li> <li>15. <b>México</b> (1,046,923).</li> <li>16. <b>Indonesia</b> (932,259).</li> <li>17. <b>Turquía</b> (863,712).</li> <li>18. <b>Países Bajos</b> (777,228).</li> <li>19. <b>Suiza</b> (668,851).</li> <li>20. <b>Arabia Saudita</b> (646,438).</li> </ol>
<b>TIPO DE CAMBIO PESO/DÓLAR</b>	19.29 pesos por unidad de dólar. <sup>182</sup>
<b>RESERVAS INTERNACIONALES</b>	173 mil 060 millones de dólares. <sup>183</sup>
<b>COEFICIENTE GINI</b>	51,1. <sup>184</sup> El índice de Gini mide hasta qué punto la distribución del ingreso (o, en algunos casos, el gasto de consumo) entre individuos u hogares dentro de una economía se aleja de una distribución perfectamente equitativa. Un índice de Gini de 0 representa una equidad perfecta, mientras que un índice de 100 representa una inequidad perfecta. <sup>185</sup>
<b>ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO</b>	0.762, lugar 77 (Alto). <sup>186</sup> El Índice de Desarrollo Humano (IDH) es un indicador sintético de los logros medios obtenidos en las dimensiones fundamentales del desarrollo humano, a saber, tener una

<sup>181</sup> World Bank. *Gross domestic product 2016*. Consultado el 22 de enero de 2018, en: <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf>

<sup>182</sup> Banco de México. *Tipo de cambio peso/dólar*. Consultado el 11 de mayo de 2018, en: <http://www.banxico.org.mx/dyn/portal-mercado-cambiario/index.html>

<sup>183</sup> Banco de México. *Principales indicadores*. Consultado el 11 de mayo de 2018, en: <http://www.banxico.org.mx/>

<sup>184</sup> El Banco Mundial. *Índice de Gini*. Consultado el 6 de abril de 2017, en: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI?page=2>

<sup>185</sup> *Ídem*.

<sup>186</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *Informe sobre Desarrollo Humano México 2016 Desigualdad y Movilidad*. Consultado el 22 de enero de 2018, en: <http://www.mx.undp.org/content/dam/mexico/docs/Publicaciones/PublicacionesReduccionPobreza/InformesDesarrolloHumano/idhmovilidadsocial2016/PNUD%20IDH2016.pdf>



	vida larga y saludable, adquirir conocimientos y disfrutar de un nivel de vida digno <sup>187</sup> .
<b>ÍNDICE DEL PLANETA FELIZ</b>	2° lugar, con puntuación de 40.7. El Índice del Planeta Feliz mide el bienestar sostenible para todos en 140 países. Explica qué están haciendo las naciones para lograr vidas felices, largas y sostenibles. Se consideran cuatro variables en una ecuación: el bienestar, la esperanza de vida, la desigualdad del ingreso y la huella ecológica. <sup>188</sup>
<b>ÍNDICE DE GLOBALIZACIÓN</b>	Lugar 70, con 62.29%. <sup>189</sup> Mide las tres dimensiones principales de la globalización: económica, social y política. Además, calcula un índice general de globalización y los subíndices de: flujos económicos, restricciones económicas, datos sobre flujos de información, datos sobre contactos personales y datos sobre proximidad cultural <sup>190</sup>
<b>ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL 2016-2017</b>	51, evaluado con 4.41. <sup>191</sup> El Informe de Competitividad Global analiza la competitividad de 133 naciones, basándose en más de 110 indicadores y 12 pilares de la competitividad: instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria, educación superior y capacitación, eficiencia en el mercado de bienes, eficiencia en el mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño de mercado, sofisticación empresarial e innovación. <sup>192</sup>
<b>ÍNDICE GLOBAL DE INNOVACIÓN</b>	Lugar 58, con puntuación de 35.79 El Índice Global de Innovación clasifica los resultados de la innovación de 141 países y economías de distintas regiones del mundo, sobre la base de 79 indicadores. <sup>193</sup>

<sup>187</sup> United Nations Development Programme. *Human Development Reports*. Consultado el 6 de abril de 2017, en: <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MEX> y <http://hdr.undp.org/es/content/el-%C3%ADndice-de-desarrollo-humano-idh>

<sup>188</sup> Happy Planet Index. *Mexico*. Consultado el 19 de enero de 2018, en: <http://happyplanetindex.org/countries/mexico>

<sup>189</sup> The KOF Index of Globalization. *2017 KOF Index of Globalization*. Consultado el 22 de junio de 2017, en: [http://globalization.kof.ethz.ch/media/filer\\_public/2017/04/19/rankings\\_2017.pdf](http://globalization.kof.ethz.ch/media/filer_public/2017/04/19/rankings_2017.pdf)

<sup>190</sup> The KOF Index of Globalization. *2015 KOF Index of Globalization*. Consultado el 25 de abril de 2017, en: [http://globalization.kof.ethz.ch/media/filer\\_public/2015/03/04/rankings\\_2015.pdf](http://globalization.kof.ethz.ch/media/filer_public/2015/03/04/rankings_2015.pdf)

<sup>191</sup> World Economic Forum. *Competitiveness Rankings*. Consultado el 22 de junio de 2017, en: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf)

<sup>192</sup> Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible. *Lanzamiento del Informe de Competitividad Global 2009-2010 del Foro Económico Mundial*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: [http://conocimiento.incae.edu/ES/clacd/nuestros-proyectos/archivo-proyectos/proyectos-de-competitividad-clima-de-negocios/WebsiteWEF/index\\_files/Page324.htm](http://conocimiento.incae.edu/ES/clacd/nuestros-proyectos/archivo-proyectos/proyectos-de-competitividad-clima-de-negocios/WebsiteWEF/index_files/Page324.htm)

<sup>193</sup> World Intellectual Property Organization. *The Global Innovation Index 2017*. Consultado el 22 de junio de 17, en: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>



	El Índice es una publicación conjunta de la Universidad Johnson Cornell, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la escuela de negocios INSEAD. <sup>194</sup>
<b>ÍNDICE DE LIBERTAD ECONÓMICA</b>	Lugar 80. <sup>195</sup> El Índice de Libertad Económica, mide el grado en que las políticas e instituciones de 157 países apoyan la libertad económica. Contempla cinco áreas para su medición: tamaño de gobierno (gastos, impuestos y empresas), estructura legal y seguridad de los derechos de propiedad, acceso a moneda sana (no susceptible de apreciación o depreciación repentina), libertad para el comercio internacional y regulación del crédito, el empleo y los negocios. <sup>196</sup>
<b>ÍNDICE DE FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS</b>	Lugar 49 con 72.27 de calificación (2018). El Índice de Facilidad para Hacer Negocios ( <i>Doing Business Index</i> ), es elaborado por el Banco Mundial. Incluye 10 indicadores que miden el número de procedimientos, tiempos, costos y calidad de regulaciones federales y locales que impactan el ambiente de negocios para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en 190 países. <sup>197</sup> Indicadores y lugares: <sup>198</sup> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apertura de empresas (90).</li> <li>2. Permisos de construcción (87).</li> <li>3. Obtención de electricidad (92).</li> <li>4. Registro de la propiedad (99).</li> <li>5. Obtención de crédito (6).</li> <li>6. Protección a inversionistas minoritarios (62).</li> <li>7. Pago de impuestos (115).</li> <li>8. Comercio transfronterizo (63).</li> <li>9. Cumplimiento de contratos (41).</li> <li>10. Resolución de insolvencia (31).</li> </ol>
<b>EMISIONES DE CO2 (TONELADAS MÉTRICAS PER CÁPITA)</b>	3.9 <sup>199</sup> .

<sup>194</sup> World Intellectual Property Organization. *The Global Innovation Index 2015*. Consultado el 19 de mayo de 2016, en:

[http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_gii\\_2015.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf)

<sup>195</sup> The Heritage Foundation. *2017 Index of Economic Freedom*. Consultado el 10 de abril de 2017, en: <http://www.heritage.org/international-economies/report/2017-index-economic-freedom-trade-and-prosperity-risk>

<sup>196</sup> CATO Institute. *Executive Summary*. Consultado el 17 de agosto de 2016 en: <http://object.cato.org/sites/cato.org/files/pubs/efw/efw-2015-executive-summary-updated.pdf>

<sup>197</sup> The World Bank Group. "Doing Business 2018". Consultado el 12 de febrero de 2018, en: <http://espanol.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>

<sup>198</sup> *Ídem*.

<sup>199</sup> El Banco Mundial. *Emisiones de CO2 (toneladas métricas per cápita)*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://datos.bancomundial.org/indicador/EN.ATM.CO2E.PC> El Banco Mundial. *Emisiones de CO2 (toneladas métricas per cápita)*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://datos.bancomundial.org/indicador/EN.ATM.CO2E.PC>

<b>RANKING MUNDIAL EN EL ÍNDICE DE TRANSPARENCIA</b>	123. El Índice de Percepción de la Corrupción, mide con base en la opinión de expertos los niveles percibidos de corrupción del sector público en todo el mundo <sup>200</sup> .
<b>ÍNDICE GLOBAL DE LA BRECHA DE GÉNERO</b>	Lugar 66, con puntuación de 0.7. La puntuación más alta es 1 (igualdad) y la más baja posible es 0 (desigualdad) <sup>201</sup> . El Índice Global de la Brecha de Género clasifica el desempeño de 145 países respecto a la brecha entre mujeres y hombres en términos de salud, educación, economía e indicadores políticos. Su objetivo es comprender si los países están distribuyendo sus recursos y oportunidades de manera equitativa entre mujeres y hombres, sin importar sus niveles de ingreso general <sup>202</sup> .
<b>UNIVERSIDADES EN EL RANKING DE LAS MEJORES 500 DEL MUNDO</b>	Lugares en el Ranking de las mejores universidades del mundo <sup>203</sup> : 122. Universidad Nacional Autónoma de México. 199. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. A nivel Latinoamérica estos son los primeros diez lugares <sup>204</sup> : 1. Pontificia Universidad Católica de Chile (UC). 2. Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). 3. Universidade de São Paulo. 4. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). 5. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). 6. Universidad de Chile. 7. Universidad Federal do Rio de Janeiro. 8. Universidad de los Andes. 9. Universidad de Buenos Aires (UBA). 10. Universidade Estadual Paulista.
<b>FORMA DE GOBIERNO</b>	República representativa, democrática, laica y federal. <sup>205</sup>
<b>PODER EJECUTIVO</b>	Se deposita en el Presidente, quien es electo directamente por el voto ciudadano, bajo la regla de mayoría simple. <sup>206</sup>

<sup>200</sup> Transparency International. *Corruption Perceptions Index 2016*. Consultado el 30 de octubre de 2017, en: [https://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

<sup>201</sup> World Economic Forum. *Global Gender Gap Index 2016*. Consultado el 10 de abril de 2017, en: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/rankings/>

<sup>202</sup> World Economic Forum. *2095: El año de la equidad de género en el lugar de trabajo, quizá*. Consultado el 19 de mayo de 2016, en: [http://www3.weforum.org/docs/Media/Spanish\\_LatAm\\_Gender%20Gap\\_Final.pdf](http://www3.weforum.org/docs/Media/Spanish_LatAm_Gender%20Gap_Final.pdf)

<sup>203</sup> QS Top Universities. *QS World University Rankings 2017* Consultado el 14 de junio de 2017, en: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2017/arts-humanities>

<sup>204</sup> QS Top Universities. *Latin America*. Consultado el 30 de octubre de 2017, en: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2018>

<sup>205</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. *Artículo 40*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>

<sup>206</sup> Embajada de México en Japón. *Conoce México*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://embamex.sre.gob.mx/japon/index.php/es/conoce-mexico>

<b>MUJERES EN EL GABINETE PRESIDENCIAL</b>	Gabinete legal y ampliado <sup>207</sup> :  Secretaria de Cultura, María Cristina García Zepeda. Secretaria de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, Rosario Robles Berlanga. Secretaria de la Función Pública, Arely Gómez González. Presidenta del Instituto Nacional de las Mujeres, Lorena Cruz Sánchez. Directora del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, Laura Barrera Fortoul.
<b>GOBERNADORAS</b>	Licenciada Claudia Artemiza Pavlovich Arellano, Gobernadora Constitucional del Estado de Sonora <sup>208</sup> .
<b>PODER LEGISLATIVO</b>	Reside en el Congreso de la Unión, conformado por la Cámara de Senadores y la de Diputados. <sup>209</sup>
<b>PORCENTAJE DE MUJERES Y HOMBRES EN EL CONGRESO</b>	LXIII Legislatura del H. Senado de la República: 78 son hombres y representan el 60.93%, mientras que 50 son mujeres y constituyen el 39.06% del total. <sup>210</sup> LXIII Legislatura de la H. Cámara de Diputados: 288 son hombres y representan el 57.6%, mientras que 213 son mujeres y constituyen el 42.6% del total. <sup>211</sup>
<b>PARTIDOS POLÍTICOS REPRESENTADOS EN LA CÁMARA DE SENADORES</b>	Grupos Parlamentarios del H. Senado de la República <sup>212</sup> : Partido Revolucionario Institucional (PRI). Partido Acción Nacional (PAN). Partido de la Revolución Democrática (PRD). Partido Verde Ecologista de México (PVEM). Partido del Trabajo (PT). Sin Grupo Parlamentario.
<b>PARTIDOS POLÍTICOS REPRESENTADOS EN LA CÁMARA DE DIPUTADOS</b>	Grupos Parlamentarios de la H. Cámara de Diputados <sup>213</sup> : Partido Revolucionario Institucional (PRI). Partido Acción Nacional (PAN). Partido de la Revolución Democrática (PRD). Partido Verde Ecologista de México (PVEM). Movimiento Regeneración Nacional (MORENA). Movimiento Ciudadano (MC). Nueva Alianza (NA). Partido Encuentro Social (PES).

<sup>207</sup> Presidencia de la República. *Gabinete Legal y Ampliado*. Consultado el 9 de enero de 2017, en: <http://www.gob.mx/presidencia/estructuras/gabinete-legal-y-ampliado>

<sup>208</sup> Conferencia Nacional de Gobernadores. *Listado de Miembros de la CONAGO y Entidades Federativas*. Consultado el 6 de mayo de 2016, en: <http://www.conago.org.mx/Gobernadores/>

<sup>209</sup> *Op. cit.*, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>

<sup>210</sup> H. Senado de la República. *Senadores*. Consultado el 12 de febrero de 2018, en: <http://www.senado.gob.mx/index.php?watch=4&str=M> y Excélsior. "Ellas son las reinas del debate senatorial; conquista en el legislativo", 8 de marzo de 2016. Consultado el 7 de octubre de 2016, en: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/03/08/1079534>

<sup>211</sup> H. Cámara de Diputados. *Álbum de Diputados Federales*. Consultado el 13 de junio de 2016 en: [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII\\_leg/album\\_foto\\_tc.pdf](http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/album_foto_tc.pdf) y Inter-Parliamentary Union. *Women in national parliaments*. Consultado el 14 de septiembre de 2017, en: <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>

<sup>212</sup> H. Senado de la República. *Grupos Parlamentarios*. Consultado el 20 de mayo de 2016, en: <http://www.senado.gob.mx/index.php>

<sup>213</sup> H. Cámara de Diputados. *Grupos Parlamentarios*. Consultado el 20 de mayo de 2016, en: [http://www.diputados.gob.mx/apps/gps\\_parlam.htm](http://www.diputados.gob.mx/apps/gps_parlam.htm)

	Diputado Independiente.
<b>PODER JUDICIAL</b>	El Poder Judicial de la Federación representa al guardián de la Constitución, el protector de los derechos fundamentales y el árbitro que dirime las controversias, manteniendo el equilibrio necesario que requiere un Estado de derecho. Está integrado por <sup>214</sup> : La Suprema Corte de Justicia de la Nación. El Tribunal Electoral. Los Tribunales Colegiados de Circuito. Los Tribunales Unitarios de Circuito. Los Juzgados de Distrito. El Consejo de la Judicatura Federal.
<b>SISTEMA JURÍDICO</b>	De tradición romanista. El principio fundamental en el que reposa el sistema jurídico mexicano es el de la supremacía de la Constitución <sup>215</sup> .
<b>REFORMAS ESTRUCTURALES</b> <sup>216</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reforma educativa.</li> <li>2. Reforma en materia de telecomunicaciones.</li> <li>3. Reforma de competencia económica.</li> <li>4. Reforma financiera.</li> <li>5. Reforma hacendaria.</li> <li>6. Reforma energética.</li> <li>7. Reforma laboral.</li> <li>8. Reforma para establecer el Código Nacional de Procedimientos Penales.</li> <li>9. Reforma para crear la Ley de amparo.</li> <li>10. Reforma política-electoral.</li> <li>11. Reforma en materia de transparencia.</li> <li>12. Proyecto de Decreto por el cual se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de disciplina financiera de las Entidades Federativas y los Municipios.</li> <li>13. Sistema Nacional Anticorrupción (SNA).</li> </ol>
<b>ESPECIES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN</b>	Especies: <sup>217</sup> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El oso hormiguero, brazo fuerte, chupamiel (Tamandua mexicana);</li> <li>2. El armadillo de cola desnuda (Cabassous centralis);</li> <li>3. El multicitado jaguar (Panthera onca);</li> <li>4. El manatí (Trichechus manatus);</li> <li>5. El mono araña (Ateles geoffroyi).</li> </ol>

<sup>214</sup> Suprema Corte de Justicia de la Nación. *¿Qué es la SCJN?* Consultado el 25 de abril de 2016, en: [https://www.scjn.gob.mx/conocelacorte/Paginas/Que\\_es\\_la\\_SCJN.aspx](https://www.scjn.gob.mx/conocelacorte/Paginas/Que_es_la_SCJN.aspx)

<sup>215</sup> Instituto de Investigaciones Jurídicas-Universidad Nacional Autónoma de México. *Panorama del Sistema Legal Mexicano*. Consultado el 25 de abril de 2016, en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/pdf/DerechoComparado/74/art/art4.pdf>

<sup>216</sup> Gobierno de la República. *Reformas en acción*. Consultado el 1 de diciembre de 2016, en: <http://reformas.gob.mx/> y Presidencia de la República. *Reformas transformadoras*. Consultado el 9 de enero de 2017, en: <https://www.gob.mx/reformas-transformadoras#documentos>

<sup>217</sup> México desconocido. *Especies en peligro de extinción en México*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/especies-en-la-linea-de-peligro.html>

<p><b>ESPECIES ENDÉMICAS</b></p>	<p>Especies endémicas:<sup>218</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Liebre de Tehuantepec (<i>Lepus flavivularis</i>);</li> <li>2. Mapache de Cozumel (<i>Procyon pigmaeus</i>);</li> <li>3. Murciélago platanero (<i>Musonycteris harrisoni</i>);</li> <li>4. Vaquita marina (<i>Phocoenasinus</i>);</li> <li>5. Zacatuche o teporingo (<i>Romerolagus diazi</i>);</li> <li>6. Zorrillo pigmeo (<i>Spilogale pygmaea</i>).</li> </ol>
<p><b>RESERVAS DE LA BIOSFERA</b></p>	<p>Reservas de la biosfera<sup>219</sup>:</p> <p>Alto Golfo de California y Delta del Río Colorado (Baja California-Sonora).          Archipiélago de Revillagigedo (Colima).          Arrecifes de Sian Ka'an (Quintana Roo).          Banco Chinchorro (Quintana Roo).          Barranca de Metztitlán (Hidalgo).          Calakmul (Campeche).          Chamela-Cuixmala (Jalisco).          Complejo Lagunar Ojo de Liebre (Baja California Sur).          El Pinacate y Gran Desierto de Altar (Sonora).          El Triunfo (Chiapas).</p>
<p><b>SITIOS INSCRITOS EN LA LISTA DE PATRIMONIO MUNDIAL CULTURAL Y NATURAL DE LA HUMANIDAD</b></p>	<p>México cuenta con 34 Sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, de los cuales, 6 bienes son naturales, 27 bienes son culturales y 1 es mixto<sup>220</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sian Ka'an</i> - Bien Natural (Quintana Roo).</li> <li>• <i>Centro Histórico de la Ciudad de México y Xochimilco</i> - Bien Cultural (Ciudad de México).</li> <li>• <i>Centro Histórico de Oaxaca y Zona arqueológica de Monte Albán</i> - Bien Cultural (Oaxaca).</li> <li>• <i>Centro Histórico de Puebla</i> - Bien Cultural (Puebla).</li> <li>• <i>Ciudad Prehispánica y Parque Nacional de Palenque</i> - Bien Cultural (Chiapas).</li> <li>• <i>Ciudad Prehispánica de Teotihuacán</i> - Bien Cultural (Estado de México).</li> <li>• <i>Ciudad Prehispánica de Chichen Itzá</i> - Bien Cultural (Yucatán).</li> <li>• <i>Ciudad Histórica de Guanajuato y Minas Adyacentes</i> - Bien Cultural (Guanajuato).</li> <li>• <i>Centro Histórico de Morelia</i> - Bien Cultural (Michoacán).</li> <li>• <i>Ciudad Prehispánica de El Tajín</i> - Bien Cultural (Veracruz).</li> <li>• <i>Santuario de Ballenas de El Vizcaíno</i> - Bien Natural (Baja California Sur).</li> </ul>

<sup>218</sup> Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. *Especies endémicas*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.biodiversidad.gob.mx/especies/endemicas/endemicas.html>

<sup>219</sup> Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. *Reservas de la biosfera*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: [http://www.conanp.gob.mx/que\\_hacemos/reservas\\_biosfera.php](http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/reservas_biosfera.php)

<sup>220</sup> Oficina de la UNESCO en México. *Patrimonio mundial*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/world-heritage/> y United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Properties inscribed on the World Heritage List (34)*. Consultado el 22 de agosto de 2016, en: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/mx>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Pinturas Rupestres de la Sierra de San Francisco</i> - Bien Cultural (Baja California).</li> <li>• <i>Centro Histórico de Zacatecas</i> - Bien Cultural (Zacatecas).</li> <li>• <i>Primeros Conventos del Siglo XVI en las faldas del Popocatepetl</i> - Bien Cultural (Morelos y Puebla).</li> <li>• <i>Zona de Monumentos Históricos de Querétaro</i> - Bien Cultural (Querétaro).</li> <li>• <i>Ciudad Prehispánica de Uxmal</i> - Bien Cultural (Yucatán).</li> <li>• <i>Hospicio Cabañas, Guadalajara</i> - Bien Cultural (Jalisco).</li> <li>• <i>Zona Arqueológica de Paquimé, Casas Grandes</i> - Bien Cultural (Chihuahua).</li> <li>• <i>Zona de Monumentos Arqueológicos de Xochicalco</i> - Bien Cultural (Morelos).</li> <li>• <i>Ciudad Histórica Fortificada de Campeche</i> - Bien Cultural (Campeche).</li> <li>• <i>Antigua Ciudad Maya de Calakmul, Campeche</i> - Bien Cultural (Campeche).</li> <li>• <i>Misiones Franciscanas de la Sierra Gorda de Querétaro</i> - Bien Cultural (Querétaro).</li> <li>• <i>Casa Estudio Luis Barragán</i> - Bien Cultural (Ciudad de México).</li> <li>• <i>Paisaje del agave y las antiguas instalaciones industriales de Tequila</i> - Bien Cultural (Jalisco).</li> <li>• <i>Campus Central de la ciudad universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México</i> - Bien Cultural (Ciudad de México).</li> <li>• <i>Islas y Áreas Protegidas del Golfo de California</i> - Bien Natural (Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit).</li> <li>• <i>Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca</i> - Bien Natural (estado de México y Michoacán).</li> <li>• <i>Ciudad Protectora de San Miguel y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco</i> - Bien Cultural (Guanajuato).</li> <li>• <i>Camino Real de Tierra Adentro</i> - Bien Cultural (Norte de México)</li> <li>• <i>Cuevas prehistóricas de Yagul y Mitla en los Valles Centrales de Oaxaca</i> - Bien Cultural (Oaxaca).</li> <li>• <i>Archipiélago de Revillagigedo</i> - Bien Natural (Colima).<sup>221</sup></li> </ul>
<p><b>MANIFESTACIONES CULTURALES DE MÉXICO, INSCRITAS EN LA LISTA REPRESENTATIVA DEL</b></p>	<p>Patrimonio cultural inmaterial con fechas de inscripción<sup>222</sup>: 2011.-El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta.</p>

<sup>221</sup> Oficina de la UNESCO en México. *La UNESCO incluye al Archipiélago de Revillagigedo en la Lista del Patrimonio Mundial*. Consultado el 18 de julio de 2016, en: [http://www.unesco.org/new/es/mexico/press/news-and-articles/content/news/la\\_unesco\\_incluye\\_al\\_archipelago\\_de\\_revillagigedo\\_en\\_la\\_li/#.V4zyEf196M8](http://www.unesco.org/new/es/mexico/press/news-and-articles/content/news/la_unesco_incluye_al_archipelago_de_revillagigedo_en_la_li/#.V4zyEf196M8)

<sup>222</sup> Oficina de la UNESCO en México. *Patrimonio Inmaterial*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/intangible-heritage/>



<b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD</b>	<p>2010.-La tradición gastronómica de Michoacán cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán.</p> <p>-La pirkua, canto tradicional de los purépechas.</p> <p>-Los parachicos en la fiesta tradicional de enero de Chiapa de Corzo.</p> <p>2009.-La ceremonia ritual de los Voladores.</p> <p>-Lugares de memoria y tradiciones vivas de los otomí-chichimecas de Tolimán: la Peña de Bernal, guardiana de un territorio sagrado.</p> <p>2008.-Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos.</p> <p>2016.-La charrería.</p>
<b>PRODUCCIÓN DE VINO. MONTO Y REGIONES</b>	<p>19.3 millones de litros anuales con valor de 3,000 millones de pesos, distribuidos por las zonas que componen la franja del vino: Valle de Guadalupe, Baja California; Parras, Coahuila; Ezequiel Montes, Querétaro; San Miguel de Allende, Guanajuato; Dolores, Hidalgo; Aguascalientes, Zacatecas, San Luis Potosí y Chihuahua.<sup>223</sup></p>
<b>TURISMO ANUAL (RECEPTIVO)</b>	<p>39.3 millones<sup>224</sup>. Los principales destinos de Quintana Roo recibieron 8.2 millones de turistas internacionales.<sup>225</sup></p> <p>Origen y destino<sup>226</sup>:</p> <p>8.4 millones de Estados Unidos, de los cuales 3, 463,433 llegaron a Cancún (Quintana Roo), 1, 239,536, a la Ciudad de México, 1, 098,652, a Los Cabos (Baja California Sur), 793,370, a Puerto Vallarta (Jalisco), 722,818 a Guadalajara (Jalisco) y 1, 073,827 a otros destinos. Provenientes de Canadá: 1.7 millones, de los cuales 970,210 llegaron a Cancún (Quintana Roo), 328,737 a Puerto Vallarta (Jalisco), a Los Cabos (Baja California Sur), a la Ciudad de México, 37,310 a Zihuatanejo (Guerrero) y 161,606 a otros destinos. En términos porcentuales, la distribución de visitantes es la siguiente: Estados Unidos 57.3%, Canadá 11.9%, Reino Unido 3.5%, Colombia 2.8%, Argentina 2.3%, otras 22.5%.</p>
<b>RANKING MUNDIAL EN TURISMO</b>	<p>Listas de los principales destinos turísticos en el mundo (millones de turistas)<sup>227</sup>:</p> <p>1. <b>Francia</b> (86.2).</p>

<sup>223</sup> Alto nivel. *Vinos mexicanos refuerzan estrategia ante competencia*. Consultado el 22 de enero de 2018, en: <http://www.altonivel.com.mx/51198-vinos-mexicanos-refuerzan-estrategia-ante-competencia.html> y Secretaría de Turismo. Se compromete SECTUR a fortalecer ruta del vino en BC, como parte de la Política Gastronómica. Consultado el 22 de enero de 2018, en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/se-compromete-sectur-a-fortalecer-ruta-del-vino-en-bc-como-parte-de-la-politica-gastronomica>

<sup>224</sup> Secretaría de Turismo. *Alcanza México En 2017, Cifras Históricas En Captación de Turismo Internacional y Divisas: De La Madrid*. Consultado el 25 de septiembre de 2017, en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/alcanza-mexico-en-2017-cifras-historicas-en-captacion-de-turismo-internacional-y-divisas-de-la-madrid?idiom=es>

<sup>225</sup> Presidencia de la República. *México en el Top 10, rompe récord turístico en 2015*. Consultado el 2 de mayo de 2016, en: <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/mexico-en-el-top-10-rompe-record-turistico-en-2015>

<sup>226</sup> Secretaría de Turismo. *Resultados de la Actividad Turística México, 2015*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2015-12\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2015-12(ES).pdf)

<sup>227</sup> Secretaría de Turismo. *Asciende México Al 8° Lugar En El Ranking De Países Más Visitados De La Organización Mundial De Turismo*. Consultado el 18 de julio de 2017, en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/asciende-mexico-al-8-lugar-en-el-ranking-de-paises-mas-visitados-de-la-organizacion-mundial-de-turismo>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. <b>Estados Unidos</b> (77.5).</li> <li>3. <b>España</b> (75.6).</li> <li>4. <b>China</b> (59.3).</li> <li>5. <b>Italia</b> (52.5).</li> <li>6. <b>Reino Unido</b> (35.8).</li> <li>7. <b>Alemania</b> (35.6).</li> <li>8. <b>México</b> (35.0).</li> <li>9. <b>Tailandia</b> (32.6).</li> </ol>
<p><b>PREMIOS NOBEL</b></p>	<p>Octavio Paz y Lozano (Literatura-1990).        Alfonso García Robles (Paz-1982).        Mario Molina Pasquel y Henríquez (Química-1995).<sup>228</sup></p>
<p><b>MEDALLISTAS OLÍMPICOS</b></p>	<p>Años, Sedes, Deportistas, medallas y disciplinas<sup>229</sup>:</p> <p><b>1900, París:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pablo Escandón y Barrón, Manuel Escandón y Barrón y Eustaquio Escandón y Barrón (Bronce-Polo).</li> </ul> <p><b>1932, Los Ángeles:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Francisco Cabañas Pardo (Plata-Boxeo).</li> <li>• Gustavo Huet Bobadilla (Plata-Tiro).</li> </ul> <p><b>1936, Berlín:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fidel Ortiz Tovar (Bronce-Boxeo).</li> <li>• Carlos Borja Morca, Víctor Borja Morca, Rodolfo Choperena I., Ignacio de la Vega Lejía, Paúl Fernández Robert, Andrés Gómez Domínguez, Silvio Hernández Domínguez, Francisco Martínez Cordero, Jesús Olmos Moreno, José Pamplona Lecuona y Greer Skousen Spilsbury (Bronce-Basquetbol).</li> <li>• Juan García Zazueta, Antonio Nava García, Julio Mueller Luján y Alberto Ramos Sesma (Bronce-Polo).</li> </ul> <p><b>1948, Londres:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Humberto Mariles Cortés (2 medallas de Oro-Ecuestre).</li> <li>• Alberto Valdés Ramos (Oro-Ecuestre).</li> <li>• Rubén Uriza Castro (Plata y Oro-Ecuestre).</li> <li>• Humberto Mariles Cortes, Raúl Campero Núñez y Joaquín Solano C. (Bronce-Ecuestre).</li> <li>• Joaquín Capilla Pérez (Bronce-Clavados).</li> </ul> <p><b>1952, Helsinki:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Joaquín Capilla Pérez (Plata-Clavados).</li> </ul> <p><b>1956, Melbourne:</b></p>

<sup>228</sup> Nobel UNAM. *Premios Nobel Mexicanos*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.nobel.unam.mx/Premiados.html>

<sup>229</sup> Sitio oficial del Comité Olímpico Mexicano. *Medallistas*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.com.org.mx/medallistas/#> y Asociación de Olímpicos Mexicanos. *Medallistas Olímpicos Mexicanos*. Consultado el 26 de abril de 2016, en: <http://www.olimpicosmexicanos.com.mx/medallas-olimpicas.htm>

- Joaquín Capilla Pérez (Oro y Bronce-Clavados).
- 1960, Roma:**
- Juan Botella Medina (Bronce-Clavados).
- 1964, Tokio:**
- Juan Fabila Mendoza (Bronce-Boxeo).
- 1968, México:**
- Ricardo Delgado Nogales y Antonio Roldan Reyna (Oro-Boxeo).
  - Felipe Muñoz Kapamas (Oro-Natación).
  - José Pedraza Zúñiga (Plata-Atletismo).
  - Álvaro Gaxiola Robles (Plata-Clavados).
  - Pilar Roldan Tapia (Plata-Esgrima).
  - Joaquín Rocha Herrera y Agustín Zaragoza Reyna (Bronce-Boxeo).
  - Ma. Teresa Ramírez Gómez (Bronce-Natación).
- 1972, Múnich:**
- Alfonso Zamora Quiroz (Plata-Boxeo).
- 1976, Montreal:**
- Daniel Bautista Rocha (Oro-Atletismo).
  - Juan Paredes Miranda (Bronce-Boxeo).
- 1980, Moscú:**
- Carlos Girón Gutiérrez (Plata-Clavados).
  - Joaquín Pérez De Las Heras (Plata y Bronce-Equestres).
  - Gerardo Tazzer Valencia, Alberto Valdés Lacarra, Jesús Gómez Portugal, David Barcenás Ríos, Manuel Mendivil Yocupicio, José Luis Pérez Soto y Fabián Vázquez López (Bronce-Equestres).
- 1984, Los Ángeles:**
- Raúl González Rodríguez y Ernesto Canto Gudiño (Oro-Atletismo).
  - Raúl González Rodríguez (Plata-Atletismo).
  - Daniel Aceves Villagrán (Plata-Lucha).
  - Héctor López Colín (Plata-Boxeo).
  - Manuel Youshimatz Sotomayor (Bronce-Ciclismo).
- 1988, Seúl:**
- Mario González Lugo (Bronce-Boxeo).
  - Jesús Mena Campo (Bronce-Clavados).
- 1992, Barcelona:**
- Carlos Mercenario Carbajal (Plata-Atletismo).

**1996, Atlanta:**

- Bernardo Segura Rivera (Bronce-Atletismo).

**2000, Sídney:**

- Soraya Jiménez Mendivil (Oro-Levantamiento de pesas).
- Noé Hernández Valentín (Plata-Atletismo).
- Fernando Platas Álvarez (Plata-Clavados).
- Joel Sánchez Guerrero (Bronce-Atletismo).
- Cristian Bejarano Benítez (Bronce-Boxeo).
- Víctor Estrada Garibay (Bronce-Taekwondo).

**2004, Atenas:**

- Ana Gabriela Guevara Espinosa (Plata-Atletismo).
- Belém Guerrero Méndez (Plata-Ciclismo).
- Oscar Salazar Blanco (Plata-Taekwondo).
- Iridia Salazar Blanco (Bronce-Taekwondo).

**2008, Beijín:**

- María del Rosario Espinoza (Oro-Taekwondo).
- Guillermo Pérez (Oro-Taekwondo).
- Paola Espinosa y Tatiana Ortiz (Bronce-Clavados sincronizados).

**2012, Londres:**

- José de Jesús Corona, José Antonio Rodríguez, Israel Sabdi Jiménez, Carlos Arnoldo Salcido, Hiram Ricardo Mier, Darvin Francisco Chávez, Héctor Miguel Herrera, Javier Cortés Granados, Marco Jhonfai, Oribe Peralta, Giovanni Dos Santos, Javier Ignacio Aquino, Diego Antonio Reyes, Jorge Enriquez García, Néstor Vicente Vidrio, Miguel Ángel Ponce, Néstor Alejandro Araujo y Raúl Alonso (Oro-Fútbol).
- Paola Espinosa y Alejandra Orozco (Plata-Clavados sincronizados).
- Iván García y Germán Sánchez (Plata-Clavados sincronizados).
- Aida Román (Plata-Tiro con Arco).
- María del Rosario Espinoza (Bronce-Taekwondo).
- Laura Sánchez (Bronce-Clavados).
- Mariana Avitia (Bronce-Tiro con Arco).

**2016, Río de Janeiro:**<sup>230</sup>

- María del Rosario Espinoza (Plata-Taekwondo).
- Germán Saúl Sánchez Sánchez (Plata-Clavados).
- María Guadalupe González (Plata-Marcha).

<sup>230</sup> Sitio Oficial del Comité Olímpico Mexicano. *Termina México en sitio 61 del medallero brasileño*. Consultado el 22 de agosto de 2016, en: <http://www.com.org.mx/com-informa/termina-mexico-en-sitio-61-del-medallero-brasileno/>



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



- Misael Uziel Rodríguez (Bronce-Boxeo).
- Ismael Hernández Uscanga (Bronce-Pentatlón moderno).



## VII. Anexo





CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA





## EL IMPACTO GLOBAL DE LA REGULACIÓN EUROPEA EN MATERIA DE DATOS PERSONALES

10 DE MAYO DE 2018

NOTA DE COYUNTURA

---

*En 2016, la Unión Europea aprobó su Reglamento General de Protección de Datos y otorgó dos años como periodo de implementación para que las empresas interesadas tuvieran tiempo de adaptar sus nuevas políticas. Este periodo concluye el 25 de mayo, cuando entra en vigor el nuevo reglamento que contempla sanciones mucho mayores a las previas, así como lineamientos específicos para lidiar con brechas de seguridad y filtraciones. Aunque sin duda serán los ciudadanos europeos los que más se verán beneficiados por estos nuevos lineamientos, los ciudadanos del resto del mundo también lo harán por el alcance de la legislación, la cual contempla que debe resguardarse la información personal de todo usuario sin importar su nacionalidad o ubicación geográfica. La entrada en vigor del reglamento no podría ser más oportuna, dado que ocurre poco después que se desatara el escándalo de la filtración de datos de Cambridge Analytica así como la comparecencia de Mark Zuckerberg, CEO de Facebook, ante el Congreso estadounidense. En esta última se subrayó la enorme distancia que existe entre cómo suponen los usuarios que operan las redes sociales con sus datos y la realidad de sus modelos de negocio. Sin duda, el Reglamento General de Protección de Datos es el primer paso para cerrar filas entre ficciones y realidades.*

### Introducción

El próximo 25 de mayo de 2018 entrará en vigor el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea, el cual cambiará la manera en la cual se podrá recolectar, conservar y procesar datos personales.<sup>231</sup> Además de la introducción de ciertos nuevos controles, lo importante de esta regulación es que también tendrá un impacto en otros países. En particular el RGPD contempla cambios a la manera en la que operan gigantes del internet incluyendo *Facebook* y *Google*. Desde el escándalo del mal uso de datos por parte de la compañía *Cambridge Analytica* y *Facebook*, los llamados para regular el uso de cierta información en internet se han incrementado. El RGPD europeo bien podría significar el primer paso a nivel mundial, en particular porque su aplicación va más allá de las fronteras europeas y éstas aplicarán también en nuestro país. Toda empresa que

---

<sup>231</sup> Justin Jaffe, "How Facebook is responding to Europe's new GDPR privacy rules", *CNET*, 11 de abril de 2018. Consultado el 2 de mayo de 2018 en: <https://www.cnet.com/how-to/how-facebook-is-responding-to-europes-new-gdpr-privacy-rules/>

haya sido constituida u opere en territorio europeo estará sujeta al RGPD, por lo cual todos los titanes del internet tendrán que adaptar sus modelos.<sup>232</sup>

Según la Unión Europea, la legislación busca “lidiar con las realidades” de la presencia de los datos en la era del internet, así como “proveer certidumbre legal para individuos y organizaciones que procesan datos y una mayor protección para el individuo en general”.<sup>233</sup> La UE considera además que, “el procesamiento de datos personales debería de estar diseñado para servir a la humanidad” y que el incremento de datos personales entre actores públicos y privados requiere mantenerse a la vanguardia de los avances tecnológicos para asegurar “un alto nivel de protección” así como el libre movimiento de los datos personales.<sup>234</sup> El objetivo de la regulación es “contribuir a la plena realización de un espacio de libertad, seguridad y justicia” así como impulsar el progreso económico y social teniendo en cuenta siempre el bienestar de las personas físicas.<sup>235</sup>

La coincidencia de que esta nueva regulación se ponga en marcha de manera posterior al escándalo de *Cambridge Analytica* y *Facebook*, es casi increíble. No obstante, el caso que llevó a Zuckerberg a comparecer ante el Congreso estadounidense fungió como un excelente ejemplo de por qué es necesario regular más estrictamente el manejo de datos. Posiblemente, lo más sorprendente del caso de la compañía *Cambridge Analytica* y su incidencia en la elección presidencial estadounidense, ha sido lo que revela de los datos personales. Su valor económico y de utilidad, así como el potencial que representan no solamente para redes sociales o compañías de marketing pero también para instituciones de seguridad y gobierno no eran evidentes para gran parte de la población. Sin embargo, hoy en día ha quedado claro que nuestros datos tienen un valor y un potencial casi inconmensurable, por lo cual la regulación de la UE parece llegar en el momento indicado.

---

<sup>232</sup> Marisol Morelos, “Ley de Protección de datos europea aplicará en México”, *El Universal*, 17 de febrero de 2018. Consultado el 7 de mayo de 2018 en: <http://www.eluniversal.com.mx/techbit/ley-de-proteccion-de-datos-europea-aplicara-en-mexico>

<sup>233</sup> *European Data Protection Supervisor*, “Legislation”, 2018. Consultado el 4 de mayo de 2018 en: [https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation\\_en](https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation_en)

<sup>234</sup> *Idem*

<sup>235</sup> *Diario Oficial de la Unión Europea*, “Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos)”, 27 de abril de 2016. Consultado el 3 de mayo de 2018 en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/ELI/?eliuri=eli:reg:2016:679:oj>

## El Reglamento General de Protección de Datos

Aunque dicha regulación fue ratificada en mayo de 2016, la Unión Europea otorgó a toda compañía un periodo de implementación de dos años dentro del cual éstas deberían de adaptar sus modelos y políticas para estar en completo cumplimiento. En las últimas semanas, todas las compañías afectadas por el mismo han estado en contacto con sus usuarios para presentar sus nuevas políticas de privacidad. El documento reemplaza la política de protección de datos aprobada en 1995 y contempla, por ejemplo:

- 1) Unificar toda regulación de manejo de datos para asegurar un “alto nivel de protección” que sea consistente a través de toda la UE, así como una aplicación de reglas consistente y homogénea.<sup>236</sup> De igual manera, se señala explícitamente que, “la protección otorgada por el presente Reglamento debe aplicarse a las personas físicas independientemente de su nacionalidad o lugar de residencia”.
- 2) Expandir la definición de “datos personales”, la cual el órgano Supervisor de Protección define como: “toda información relacionada a una persona identificada o identificable (‘sujeto del data’/ *data subject*); una persona identificable es una que pueda ser identificada, directa o indirectamente, en particular por referencia a un número de identificación o más factores específicos sobre su identidad física, fisiológica, mental, económica, cultural o social”.<sup>237</sup> Esta definición va más allá de los identificadores obvios como nombre o número de seguridad social, e incluye también, el nombre de usuario utilizado para cuentas de correos electrónicos (ejemplo11@correo.com), así como teléfonos de oficinas, récords médicos y evaluaciones laborales.
- 3) Establecer claramente las responsabilidades de quienes controlan y procesan los datos, tomando en cuenta la importancia de proveer certidumbre jurídica y transparencia para operadores económicos de distintos tamaños (PyMEs),<sup>238</sup> así como asegurar que las personas físicas de todos los Estados miembros cuenten con “el mismo nivel de derechos y obligaciones exigibles y de responsabilidades para los responsables y encargados del tratamiento”. Asimismo, la protección otorgada “debe aplicarse a las personas físicas, independientemente de su nacionalidad

<sup>236</sup> Diario Oficial de la Unión Europea, *op.cit.*

<sup>237</sup> *European Data Protection Supervisor*, “Glossary: P”, s.f., consultado el 2 de mayo de 2018 en: [https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/glossary/p\\_en](https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/glossary/p_en)

<sup>238</sup> El reglamento incluye excepciones “en materia de relevancia de registros para organizaciones con menos de 250 empleados” y se especifica tomar en cuenta las necesidades de microempresas y empresas pequeñas y medianas.

o lugar de residencia”. De igual manera, el reglamento especifica que no se refiere al “tratamiento de datos de carácter personal por una persona física en el curso de una actividad exclusivamente personal o doméstica”, sin relación a actividades profesionales o comerciales, pero sí a quienes proporcionan medios para tratar datos personales dentro de redes sociales.<sup>239</sup>

- 4) Facilitar el cumplimiento a través del establecimiento de una autoridad supervisora por Estado miembro que funja como garante de la protección de datos y la aplicación de toda sanción. Para esto, deberán de existir sanciones equivalentes en todos los Estados así como cooperación continua entre autoridades de control y la Comisión Europea, “sin necesidad de acuerdo alguno entre Estados miembros sobre la prestación de asistencia mutua”. Las autoridades de control contarán con las mismas funciones y poderes efectivos, a saber: investigación, poderes correctivos y sancionadores, así como poderes de autorización y consultivos.<sup>240</sup>
- 5) Exigir que las compañías informen a las autoridades de violaciones de seguridad relativas a sus datos personales, no más de 72 horas después de haber identificado el agravio. La notificación deberá transmitirse también a la autoridad de control competente y deberá abarcar “la naturaleza de la violación [...] incluyendo, cuando sea posible, las categorías y el número aproximado de afectados, y las categorías y el número aproximado de registros de datos personales afectados” así como, “describir las posibles consecuencias” y las “medidas adoptadas o propuestas por el responsable para poner remedio a la violación [...] incluyendo, si procede, las medidas adoptadas para mitigar posibles efectos negativos”. En casos de alto riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas, el responsable del manejo de datos deberá informar “sin dilación indebida” a los interesados.<sup>241</sup>
- 6) Incrementar las penas por violación al reglamento. Se especifica que toda sanción debe ser “adecuada, necesaria y proporcionada”, considerando las circunstancias particulares de cada caso. Asimismo, la UE creará un mecanismo de certificación en materia de protección de datos para demostrar el cumplimiento con todo el reglamento, considerando siempre las necesidades de las PyMEs. Entre las penas, se incluye la “limitación temporal o definitiva” del tratamiento de datos, así como multas administrativas, las cuales se aplicarán considerando la naturaleza del/la

---

<sup>239</sup> Diario Oficial de la Unión Europea, *op. cit.*

<sup>240</sup> *Ídem*

<sup>241</sup> *Ídem*

infractor/a (personas físicas o empresas) establecimiento como un máximo, 20 millones de euros o en caso de referirse a una empresa, el 4% del “volumen de negocio total anual global del ejercicio financiero anterior”.<sup>242</sup> Asimismo, se considerarán la naturaleza, gravedad y duración de la infracción, las infracciones anteriores, la intencionalidad o negligencia, el grado de cooperación con autoridades de control y las categorías de los datos afectadas por la infracción, entre otras.<sup>243</sup>

## **Cambridge Analytica: el valor y el poder de los datos**

El caso de la compañía *Cambridge Analytica* (CA) y su relación con *Facebook*, así como la subsecuente comparecencia de Mark Zuckerberg, Presidente de *Facebook*, ante el Congreso estadounidense han esclarecido el creciente valor de los datos personales así como la enorme capacidad para su abuso. Aunque han existido varios ataques y violaciones a la seguridad de *Facebook* así como contra compañías de compras por internet, crédito y otras redes sociales, el caso de CA es destacado dado que los datos personales se utilizaron para enviar mensajes dirigidos a usuarios específicos con la presunta meta de influenciar las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. El caso demostró que más allá de simplemente utilizar los datos personales para facilitar compras fraudulentas o fraguar robos de identidad, los datos personales que resguardan las compañías en internet pueden utilizarse para manipular a sus usuarios en beneficio de proyectos políticos o comerciales determinados.

En 2007 en el Centro Psicométrico de la Universidad de Cambridge, los investigadores Michal Kosinski y David Stillwell, desarrollaron cuestionarios en forma de aplicaciones electrónicas (apps) para *Facebook* que clasificaban a los usuarios dentro de las 5 grandes categorías de personalidad (apertura, consciencia, extroversión, complacencia y neuroticismo) a cambio de lo cual Stillwell y Kosinski tendrían acceso al 40% de los perfiles.<sup>244</sup> Las respuestas de los usuarios revelaban su personalidad y el acceso a sus perfiles permitía a los académicos identificar ciertas correlaciones entre “likes” (me gusta) en *Facebook* y la personalidad del usuario. Por

---

<sup>242</sup> Cabe destacar que las multas no podrán ser aplicadas retroactivamente, por lo cual no existirán sanciones para las brechas de seguridad ocurridas/descubiertas antes o durante el tiempo de implementación y únicamente los casos ocurridos posterior al 25 de mayo podrán ser considerados bajo las mismas.

<sup>243</sup> *Ídem*

<sup>244</sup> Carole Cadwalladr, “I made Steve Bannon’s psychological warfare tool’: meet the data war whistleblower”, *The Guardian*, 18 de marzo de 2018. Consultado el 2 de mayo de 2018 en: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump>



ende, lo que concluyeron fue que era posible predecir la personalidad de millones de personas basados solamente en un cierto número de “likes”.<sup>245</sup>

Posteriormente, en 2014, la compañía *Cambridge Analytica*, subsidiaria de SCL Group, (agencia de investigación de mercado para las industrias militares y de defensa) se acercó a Kosinski para utilizar su base de datos, pero las negociaciones no fueron exitosas. No obstante, otro investigador, Aleksandr Kogan, ofreció replicar el modelo de Stillwell y Kosinski ya que él también contaba con autorización para utilizar datos de *Facebook* - con la condición de que éstos fueran utilizados para propósitos académicos. Kogan desarrolló su propio cuestionario y al descargarlo, 320,000 personas permitieron el acceso a la información de su perfil, pero también sin saberlo, a la de sus ‘amigos’. No fue sino hasta 2015 que la compañía prohibió el “minado” (como se conoce la recolección de datos) de perfiles de terceros sin su conocimiento.<sup>246</sup>

Gracias a esta información, *Cambridge Analytica* logró crear perfiles “psicográficos” de 30 millones de usuarios y posteriormente desarrolló algoritmos que podían rápidamente perfilar a millones de personas más basados únicamente en algunas características de sus cuentas de *Facebook*.<sup>247</sup> Al tener los perfiles de distintos usuarios identificados, era relativamente simple enviarles mensajes, anuncios o información destinada para persuadirlos de algo, según sus propios sesgos y perfiles psicosociales. Considerando las características de cada usuario, los mensajes podrían ser más sensacionalistas, más académicos, gráficos, explícitos o simples. He aquí la razón por la cual el mal uso de datos en este caso representó un cambio emblemático en la manera que se habla de estos posibles “cibercrímenes”. El caso evidenció que los datos personales que tienen compañías privadas sobre nosotros son capaces de ser usados en nuestra contra sin nuestro conocimiento para diversos fines posiblemente nefarios, por actores ajenos a los cual nosotros inicialmente otorgamos nuestra información.

Cabe destacar que este proyecto fue conducido bajo la tutela de Steve Bannon, quien se había interesado en las “operaciones de información” (parte de la doctrina estadounidense de defensa militar que lucha en cinco dimensiones: tierra, mar, aire, espacio e información/ciberespacio)<sup>248</sup> ya que estaba convencido que para cambiar

---

<sup>245</sup> *Ídem*

<sup>246</sup> A.S.B., “Why is Mark Zuckerberg testifying before Congress”, *The Economist*, 9 de abril de 2018. Consultado el 3 de mayo de 2018 en: [https://www.economist.com/blogs/economist-explains-7](https://www.economist.com/blogs/economist-explains/2018/04/economist-explains-7)

<sup>247</sup> Robinson Meyer, “The Cambridge Analytica Scandal, in 3 paragraphs”, *The Atlantic*, 20 de marzo de 2018. Consultado el 7 de mayo de 2018 en: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/03/the-cambridge-analytica-scandal-in-three-paragraphs/556046/>

<sup>248</sup> “Después de la tierra, el mar, el aire y el espacio, la guerra ha llegado a la quinta dimensión: el ciberespacio”, proclamó *The Economist* en 2010, luego de que el Presidente Barack Obama

la política debía cambiar la cultura.<sup>249</sup> Su acercamiento en 2013 fue acompañado por financiamiento del multimillonario Robert Mercer con la meta explícita de utilizar la información para diseñar una “ciberguerra electoral”.<sup>250</sup> Cabe señalar que el rol de Bannon no fue precisamente secreto dado que fue miembro del Consejo de *Cambridge Analytica*.

En 2016, meses antes de la elección estadounidense, *Facebook* contactó a un ex empleado de *Cambridge Analytica*, Christopher Wylie, para informarle que los datos que habían utilizado habían sido obtenidos ilícitamente y que esta información debía ser destruida inmediatamente. Wylie asegura que la compañía no hizo mucho para asegurar que la información fuera eliminada y que además, “existían múltiples copias”

---

declarara que la infraestructura digital del país era un “bien estratégico” para la nación. Ese mismo año el Pentágono estableció su Cyber Comando (*Cybercom*), dirigido por el General Keith Alexander, Director de la Agencia de Seguridad Nacional. La misión del *Cybercom* es defender al ejército estadounidense de ataques, así como desarrollar la capacidad de atacar los sistemas de otros países. Este “quinto elemento” se comenzó a considerar seriamente a finales del siglo XX, pero no fue hasta hace alrededor de diez años que países como China, el Reino Unido, Rusia e Israel comunicaron sus intenciones de “ganar guerras de información” o establecer centros de ciberseguridad. En 1995, el General Ronald R. Fogleman, Jefe del Gabinete de la Fuerza Aérea, aseguró en un discurso en Washington D.C. que, la “explosión de información” implicaba una nueva frontera y que “dominar en el ámbito de la información sería crítico para el éxito militar futuro”. Con información de: *The Economist*, “War in the fifth comain”, 1 de julio de 2010; y, Gen. Ronald R. Fogleman, “Information Operations: The Fifth Dimension of Warfare”, *Information Warfare Site*, 25 de abril de 1995. Ambos consultados el 9 de mayo de 2018 en: <https://www.economist.com/node/16478792> y <http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/5th-dimension/iw.htm>

<sup>249</sup> El concepto, para Bannon, está alineado con las ideas de Andrew Breitbart, fundador de *Breitbart News*. Breitbart creó el portal con la meta de “impulsar una guerra” en contra de lo que él consideraba era “el complejo mediático demócrata”. El fundador consideraba que el cine, la televisión y la música popular eran vehículos para la difusión de mensajes políticos los cuales se repetían múltiples veces a través del día y que estos respondían a una hegemonía liberal. Breitbart aseguraba que éstos, “dan forma a la cultura, y la cultura da forma a la política” por ende, su teoría era que si podía influenciar dichos espacios culturales podría influenciar la política para asemejarse más a su visión conservadora. Su estrategia era la de constante conflicto, la creación de una “guerra cultural” en la cual el movimiento conservador ya no estaría representado por “sumisos de corbata de moño”, aseguró Kurt Schlichter, cercano al fundador del sitio. No obstante, muchos consideran que desde sus inicios Breitbart tuvo una índole explícitamente política y no tanto cultural. Breitbart insistía en representar a los conservadores estadounidenses como una minoría amenazada por un “Marxismo cultural” de la izquierda que era “moralmente equívoco” y peligrosa. Tras el fallecimiento de su fundador en 2012, Steve Bannon tomó control de la organización y su enfoque fue aún más político. Cuando Trump anunció su candidatura, Bannon consideró que sería ideal para derrotar a las “élites globales” y utilizó el sitio para impulsar su proyecto hacia la Casa Blanca. Con información de: Jane Coaston, “Bannon’s Breitbart is dead. But Breitbart will live on”, *Vox*, 14 de enero de 2018; y, Conor Friersdorf, “Breitbart.com struggles with the contradictions of its namesake”, *The Atlantic*, 1 de noviembre de 2012. Ambos consultados el 9 de mayo de 2018 en: <https://www.vox.com/2018/1/14/16875288/bannon-breitbart-conservative-media> y <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2012/11/breitbartcom-struggles-with-the-contradictions-of-its-namesake/264372/>

<sup>250</sup> Carole Cadwalladr, *op. cit.*

y ésta había sido compartida por medio de correos electrónicos no encriptados.<sup>251</sup> *The Guardian*, uno de los primeros diarios en reportar sobre el *modus operandi* de *Cambridge Analytica* también señaló que existen lazos que atan a la compañía con la campaña de Brexit. Wylie ha admitido que él participó activamente en la creación de *AggregateIQ* (AIQ), la cual recibió alrededor del 40% del presupuesto de la campaña en contra de permanecer en la UE, *Vote Leave*.<sup>252</sup> Asimismo, *Cambridge Analytica* también otorgó sus servicios a la campaña liderada por el euroescéptico Nigel Farage, *Leave.EU*.<sup>253</sup> Aunque no existe evidencia de que el mismo mal uso de datos ocurrió en el caso británico, Wylie testificó ante el Parlamento británico a finales de marzo y aseguró que AIQ utilizaba la base de datos de *Cambridge Analytica*.<sup>254</sup>

En total, en el Reino Unido se reportaron casi tres millones y medio de libras destinadas a *Cambridge Analytica* o AIQ mientras que en Estados Unidos, la compañía recibió casi 20 millones de dólares entre 2015 y 2016, la mayoría de grupos conservadores a favor de candidatos republicanos.<sup>255</sup> Sin embargo, aunque éstas elecciones han sido las más mencionadas en el caso de *Cambridge Analytica*, la compañía, por medio de SCL, ha participado en más de 100 campañas electorales, incluyendo elecciones presidenciales o de Primeros Ministros en: Kenia, 2017; Nigeria, 2015; India, 2014; entre otras.<sup>256</sup> Asimismo, en 2017 se hizo público que estaba recolectando información de ciudadanos mexicanos y colombianos a través de una app llamada *Pig.gi* que pagaba a sus usuarios por ver comerciales y completar encuestas.<sup>257</sup> Aunque *Cambridge Analytica* negó trabajar para algún partido político en México, *Bloomberg* reportó que la empresa había sido, de hecho, abordada por varios partidos.

---

<sup>251</sup> Carole Cadwalladr, *op. cit.*

<sup>252</sup> Carole Cadwalladr, Mark Townsend, "Revealed: the ties that bound Vote Leave's data firm to controversial Cambridge Analytica", *The Guardian*, 24 de marzo de 2018. Consultado el 4 de mayo de 2018 en: <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/24/aggregateiq-data-firm-link-raises-leave-group-questions><https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/24/aggregateiq-data-firm-link-raises-leave-group-questions>.

<sup>253</sup> Carole Cadwalladr, Mark Townsend, *op. cit.*

<sup>254</sup> David Martin, "What role did Cambridge Analytica play in the Brexit vote?", *DW*, 27 de marzo de 2018. Consultado el 2 de mayo de 2018 en: <http://www.dw.com/en/what-role-did-cambridge-analytica-play-in-the-brexit-vote/a-43151460>

<sup>255</sup> David Martin, *op. cit.*; y, Maegan Vazquez, "Trump isn't the only Republican who gave Cambridge Analytica big bucks", *CNN*, 21 de marzo de 2018. Consultado el 3 de mayo de 2018 en: <https://edition.cnn.com/2018/03/20/politics/cambridge-analytica-republican-ties/index.html>

<sup>256</sup> *BBC*, "Cambridge Analytica: the data firm's global influence", 22 de marzo de 2018. Consultado el 4 de mayo de 2018 en: <http://www.bbc.com/news/world-43476762>

<sup>257</sup> Nacha Cattán, "Trump's big-data guru scouts presidential candidates in Mexico", *Bloomberg*, julio 19 de 2017. Consultado el 3 de mayo de 2018 en: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-05-07/fox-jumps-on-report-that-comcast-is-mulling-counterbid-to-disney>

## Zuckerberg ante el Congreso estadounidense

Dado que el caso de *Cambridge Analytica* afectó a millones de ciudadanos estadounidenses y presumiblemente jugó un papel importante en la elección presidencial de 2016, el Congreso pidió a Mark Zuckerberg, CEO de *Facebook* presentarse a testificar el 10 y 11 de abril. Aunque previamente Zuckerberg había sido convocado por anteriores violaciones a la seguridad de los datos de sus usuarios, esta fue la primera vez que el líder de la compañía decidió asistir y no mandar representantes. El CEO se presentó ante las Comités de Comercio y de Asuntos Legales del Senado el 10 de abril, el primer día de dos largas comparecencias que duraron un total de casi diez horas. Mucha de la información que se dio a conocer durante estas dos sesiones es de gran interés. No obstante, cabe destacar que lo que esta audiencia reveló del modelo de negocios de *Facebook* así como de su capacidad para rastrear y guardar información de sus usuarios son elementos de particular importancia.

Desafortunadamente, la comparecencia no fue aprovechada como quizás pudo haber sido por los legisladores presentes, dado que un gran número de preguntas revelaron una falta de conocimiento básico de la operación de *Facebook*, su modelo de negocios y hasta el funcionamiento del internet. Destaca por ejemplo, que el Senador Orrin Hatch (R-Utah), preguntó de qué manera planeaba continuar operando la plataforma de manera gratuita, a lo cual Zuckerberg contestó simplemente que “vendían anuncios” – justamente el mecanismo que ese día los convocaba.<sup>258</sup>

No obstante, la aparente ingenuidad de su pregunta resaltó un tema crucial: el hecho que para que las plataformas permanezcan “gratuitas” para los usuarios, éstas deben de extraerle valor a los mismos de alguna u otra forma. En otras palabras, “si no estás comprando el producto, tú eres el producto”.<sup>259</sup> *Facebook* no ha basado su modelo de negocios alrededor de la idea de “vender” datos personales pero sí alrededor de recolectar información de sus dos mil millones de usuarios a nivel mundial para después vender acceso a los mismos.<sup>260</sup> Hoy en día el 98% de las ganancias de la compañía provienen de venta de publicidad; esencialmente lo que *Facebook* hace es resguardar la información de sus usuarios – de venderla a cualquier compañía ésta

---

<sup>258</sup> Bloomberg Government, “Transcript of Mark Zuckerberg’s Senate hearing”, *The Washington Post*, 10 de abril de 2018. Consultado el 7 de mayo de 2018 en: [https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2018/04/10/transcript-of-mark-zuckerbergs-senate-hearing/?utm\\_term=.8edb7bea1009](https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2018/04/10/transcript-of-mark-zuckerbergs-senate-hearing/?utm_term=.8edb7bea1009)

<sup>259</sup> Matthew Rosenberg, Gabriel J.X. Dance, “You’re the product”, *New York Times*, 8 de abril de 2018. Consultado el 2 de mayo de 2018 en: <https://www.nytimes.com/2018/04/08/us/facebook-users-data-harvested-cambridge-analytica.html>

<sup>260</sup> Kurt Wagner, “This is how Facebook uses your data for ad targeting”, *Recode*, 11 de abril de 2018. Consultado el 7 de mayo de 2018 en: <https://www.recode.net/2018/4/11/17177842/facebook-advertising-ads-explained-mark-zuckerberg>



perdería valor.<sup>261</sup> Las empresas que desean tener anuncios en *Facebook* compran acceso a ciertos sectores, por ejemplo, mujeres de 30 años que están interesadas en seguros de vida, o estudiantes de licenciatura que vivan en Guadalajara, Jalisco.<sup>262</sup>

La información agregada de *Facebook* hace posible que la compañía ponga anuncios perfectamente dirigidos: por eso, cuando buscamos en *Google*, “zapatos negros”, posteriormente los *banners*<sup>263</sup> que aparecen en la plataforma y nos anuncian exactamente eso. Esto también tiene que ver con algo que admitió Zuckerberg durante sus comparecencias, que la compañía sí tiene mecanismos para rastrear la actividad en internet de sus usuarios, aun cuando éstos han cerrado *Facebook*.<sup>264</sup> Esto se logra a través de *cookies* (galletas), que son esencialmente un pixel enviado por parte del sitio web que permanece dentro de la pantalla del usuario, siguiendo sus movimientos sin que éste se entere. Hoy en día, un gran número de sitios usa estas “galletas” y aunque también avisan al usuario previo al acceso a la página, ocurre lo mismo que con las políticas de *Facebook*: la población en general no entiende el concepto ni las implicaciones que éstas podrían tener a largo o mediano plazo. Asimismo, Zuckerberg reveló “no saber” por cuánto tiempo se conserva la información de usuarios que han cerrado sus cuentas en la plataforma (o en *Instagram*, aplicación dedicada a la fotografía que fue comprada por *Facebook* en 2012), pero aseguró que intentan borrar la información “lo más rápido posible”.<sup>265</sup>

El CEO insistió a través de su comparecencia que su compañía es transparente y sí permite a sus usuarios no otorgar datos personales a terceros, además de que señaló en repetidas ocasiones que cada aplicación que cualquier usuario decida ligar a *Facebook* (por ejemplo, Uber, plataformas de juegos, etc.) presenta sus términos y condiciones y requiere de la aprobación del interesado. Asimismo, reiteró que su compañía siempre ha sido “idealista y optimista” y que su meta ha sido conectar a las personas a través de una plataforma que puede amplificar sus voces, así como crear comunidades e impulsar negocios.<sup>266</sup>

## Consideraciones finales

Michal Kosinski, el psicólogo de la Universidad de Cambridge que guio las primeras investigaciones acerca de cómo nuestra huella digital en internet puede ser usada

---

<sup>261</sup> Reuters, “Facebook now has an almost advertising-only business model” *Fortune*, 5 de mayo de 2017. Consultado el 7 de mayo de 2018 en: <http://fortune.com/2017/05/05/facebook-digital-advertising-business-model/>

<sup>262</sup> Kurt Wagner, *op. cit.*

<sup>263</sup> Anuncios en páginas de internet, generalmente están de los lados o en la parte superior.

<sup>264</sup> Bloomberg Government, “Transcript of Mark Zuckerberg’s Senate hearing”, *op. cit.*

<sup>265</sup> *Ídem*

<sup>266</sup> *Ídem*

para identificar preferencias, personalidades y actitudes, considera que *Cambridge Analytica* no es tema de preocupación; en particular “comparado con lo que pueden hacer los gobiernos o las compañías más serias”.<sup>267</sup> Kosinski asegura que la campaña de 2008 de Obama fue pionera en los mecanismos de “*micro-targetting* psicológico” (identificar perfiles psicológicos para tener mayor éxito persuasivo) y que hoy en día, los gobiernos siguen a los ciudadanos en internet para distinguir entre actitudes benignas y posibles amenazas. Kosinski también ha asegurado que en el futuro no tan distante, la privacidad es un concepto casi inexistente.<sup>268</sup> Lo anterior, no necesariamente en términos de que estemos bajo constante vigilancia (aunque definitivamente nuestra dependencia de aparatos móviles facilita la misma), pero dado que la información que hemos ya compartido, canalizada a máquinas de inteligencia artificial, es capaz de predecir muchos de nuestros comportamientos.

Es importante reflexionar sobre en qué medida nuestra dependencia a servicios “gratuitos” se ha extendido a todas las áreas de nuestra vida. Indudablemente, existe el riesgo de que las plataformas digitales que utilizamos para socializar, conseguir trabajo, mantenernos informados, comunicarnos con nuestros seres queridos, compartir información, planear viajes y consumir entretenimiento lucren con nuestros datos. Éstos podrían escapar a nuestro control, y cada día se vuelve más difícil pensar en optar por no participar en dichos sistemas. En efecto, una pregunta constante en la comparecencia de Zuckerberg fue qué opciones tienen las personas que no estén de acuerdo con sus políticas; resulta evidente que no hay alternativas, los monopolios cibernéticos son globales y prácticamente ineludibles, al menos para millones de personas.<sup>269</sup>

No obstante, es una buena noticia que las nuevas sanciones, al menos las contempladas en el espacio europeo, incorporen multas mucho más altas que las previamente consideradas. Hoy en día (previo a la entrada en vigor del nuevo RGPD) éstas ascienden a un máximo de setecientos mil euros, mientras que bajo el nuevo modelo la multa máxima podría ascender al 4% de las ganancias globales del año anterior. Para una compañía como *Google*, en 2016 esto hubiera implicado una multa de 3.5 mil millones de dólares ya que el año anterior reportó ganancias de 89 mil millones de dólares; mientras que para *Facebook*, la máxima multa aplicada en 2017 sería de 400 millones de dólares dado que en 2016 reportó 10 mil millones de dólares de ganancias.<sup>270</sup> Asimismo, la amenaza de suspender la capacidad de recolectar

---

<sup>267</sup> John Morgan, “Michal Kosinski: enemy of privacy or just a whistleblower?” *Times Higher Education*, 22 de marzo de 2018. Consultado el 7 de mayo de 2018 en: <https://www.timeshighereducation.com/features/michal-kosinski-enemy-privacy-or-just-whistleblower#survey-answer>

<sup>268</sup> *Idem*

<sup>269</sup> Bloomberg Government, “Transcript of Mark Zuckerberg’s appearance before House committee”, *op. cit.*

<sup>270</sup> *Statista*, “Google revenue worldwide from 2002 to 2017 (in billions U.S. dollars)”, 2018; y “Facebook’s annual revenue and net income from 2007 to 2017 (in million U.S. dollars)”, 2018. Ambos





datos no es una consideración menor. Solamente la aplicación de estas leyes y la realidad de la puesta en práctica de las mismas nos revelarán si son suficientes para cambiar los comportamientos de ciertas compañías.

Sin embargo, seguramente lo más importante de las sanciones y los protocolos de manejo de datos, es que por más que éstos no sean perfectos, son el primer paso en términos de admitir y tratar de regular aspectos de la realidad actual. Los datos de millones de personas sí están siendo compartidos para usos indebidos y casi siempre no autorizados. Conformarse simplemente con que cualquier compañía puede abusar de ello solamente limitada por una presunta autocensura, no es de ninguna manera un modelo sostenible. Hasta ahora, no hay forma de saber si el posible castigo será suficiente para hacer que las compañías actúen de manera más disciplinada. No obstante, está en el mayor interés de los gobiernos, continuar informándose sobre dichas políticas, así como de la manera en la cual funcionan las aplicaciones para poder tomar decisiones más informadas y reclamar el respeto a nuestros derechos cuando el caso lo amerite.

---

consultados el 4 de mayo de 2018 en: <https://www.statista.com/statistics/266206/googles-annual-global-revenue/#0> y <https://www.statista.com/statistics/277229/facebooks-annual-revenue-and-net-income/>



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN

**Coordinadora General**  
Adriana González Carrillo

**Coordinación y revisión**  
Arturo Magaña Duplanher  
Ana Margarita Martínez Mendoza

**Investigación y elaboración**  
Inés Carrasco Scherer

**Mayo de 2018**

El **Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques** del Senado de la República tiene como objeto la realización de estudios y el acopio de información sobre temas de política internacional y política exterior de México; así como el prestar apoyo a las comisiones de relaciones exteriores para el desarrollo de sus actividades y el ejercicio de las facultades exclusivas del Senado en materia de política exterior; además de auxiliar a los órganos directivos, comisiones, grupos parlamentarios y senadores que así lo requieran en cuanto a diplomacia parlamentaria y protocolo en el ámbito internacional.



<http://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/>

*Referencia para citar este documento:*

Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques, "El impacto global de la regulación europea en materia de datos personales ", Nota de Coyuntura, México, *Senado de la República*, 10 de mayo de 2018.



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA

**Coordinadora General**  
Adriana González Carrillo

**Directora General**  
María Rosa López González

**Colaboraron en la elaboración y edición de este documento:**

Miguel Venegas Ramírez  
Gabriela Guerrero Valencia  
Alejandro Osornio Ramos

CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES  
**GILBERTO BOSQUES**  
DIPLOMACIA PARLAMENTARIA

**Madrid 62, 2do Piso,  
Col. Tabacalera, Del. Cuauhtémoc,  
C. P. 06030, Ciudad de México.**

**Tel. +52 (55) 51301503**

**<http://centrogilbertobosques.senado.gob.mx>**

 **@CGBSenado**



**Fecha de publicación: Mayo 2018**