



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

" CAMPUS ARAGON "

27
2 Ej.

**"ANALISIS DE LOS DERECHO SUSTANTIVOS
Y ADJETIVOS CONTENIDOS EN LA LEY
FEDERAL DE PROTECCION
AL CONSUMIDOR"**

TESIS PROFESIONAL

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN DERECHO

P r e s e n t a :

JOSE LUIS AYALA ALVAREZ

Asesor: Lic. Arturo Muñoz Cota Perez

FALLA DE ORIGEN

San Juan de Aragón, Edo. de México 1996.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MIS PADRES:

**PORQUE GRACIAS A SU APOYO,
COMPRENSION Y CARIÑO,
HE PODIDO REALIZAR UNA DE LAS METAS
QUE ME PROPUSE EN MI VIDA,
CONSTITUYENDO, LA HERENCIA MAS
VALIOSA QUE PUDIERAN DARME.**

GRACIAS

**ANTONIA
Y
SILVESTRE**

A MI HERMANO:

POR SU APOYO Y BUEN EJEMPLO

GRACIAS

PABLO

**A MIS AMIGOS
Y
COMPAÑEROS DE TRABAJO:**

**POR LOS MOMENTOS AGRADABLES
E INOLVIDABLES QUE HEMOS CONVIVIDO.**

GRACIAS.

A LA ASOCIACION DE SCOUTS DE MEXICO, A. C.

POR SU INSTRUCCION Y VALORES INCULCADOS

GRACIAS,

A MI HIJA

**PORQUE CON TU INOCENCIA,
HAS SIDO LA FUENTE DE INSPIRACION
EN LA ELABORACION DE ESTE TRABAJO,
Y CON ELLO,
ME HAS MOTIVADO A SEGUIR ADELANTE
POR EL CAMINO DEL EXITO.**

**ESPERANDO QUE EN TU FUTURO,
TE SIRVA COMO ALICIENTE PARA QUE
SEAS UN BUEN ESTUDIANTE
Y UNA GRAN PROFESIONISTA.**

GRACIAS POR SER COMO ERES

TE QUIERO

GRACIAS

ANITA

AGRADECIMIENTO:

LOS VALORES DE UNA EXPERIENCIA, CONSTITUYEN UNA CUALIDAD ESENCIAL DEL SER HUMANO. SOLEMOS DECIR, QUE LA MADUREZ, SOLO SE ALCANZA CUANDO ES FACTIBLE ACEPTAR AQUELLO CONTRA LO QUE NO SE PUEDE LUCHAR, PERO NO DEBEMOS OLVIDAR, QUE EL HOMBRE O MAESTRO, BUSCA CELOSAMENTE EL CAMINO DE LA SABIDURIA, Y SABE DISTINGUIRLO, CUANDO VIENE A SU ENCUENTRO.

SOLO DE LOS GRANDES SE APRENDE, PORQUE ELLOS, SON LOS UNICOS QUE COMPARTEN SU GRANDEZA CON LA HUMANIDAD.

DEDICO ESTE TRABAJO:

A DIOS

A MI ESCUELA

E.N.E.P. ARAGON

A MIS MAESTROS

AL H. JURADO REVISOR

ESPECIALMENTE AL

LIC. ARTURO MUÑOZ COTA PEREZ

POR SU ASESORIA Y APOYO INCONDICIONAL

**ANALISIS DE LOS DERECHOS SUSTANTIVOS Y ADJETIVOS CONTENIDOS EN
LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR EN MEXICO**

INDICE

INTRODUCCION	Págs.
---------------------	--------------

CAPITULO I

LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

A.- ANTECEDENTES	1
B.- FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL	26
C.- NATURALEZA JURIDICA	28
D.- AMBITO DE VALIDEZ	32
E.- ATRIBUCIONES	34

CAPITULO II

LOS DERECHOS BASICOS DEL CONSUMIDOR PREVISTOS EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

A.- CAPITULO III DE LA INFORMACION Y PUBLICIDAD	40
B.- CAPITULO IV DE LAS PROMOCIONES Y OFERTAS	54
C.- CAPITULO V DE LAS VENTAS A DOMICILIO MEDIATAS O INDIRECTAS	58
D.- CAPITULO VI DE LOS SERVICIOS	65
E.- CAPITULO VII DE LAS OPERACIONES A CREDITO	77
F.- CAPITULO VIII DE LAS OPERACIONES CON INMUEBLES	82
G.- CAPITULO IX DE LAS GARANTIAS	87
H.- CAPITULO X DE LOS CONTRATOS DE ADHESION	84
I.- CAPITULO XI DEL INCUMPLIMIENTO	90
J.- CAPITULO XII DE LA VIGILANCIA Y VERIFICACION	102
K.- ANALISIS	104

CAPITULO.III

DE LA RECEPCION DE LA QUEJA ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A.- INFORMACION Y ASESORIA	114
B.- LA QUEJA EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	116
1.- PLANTEAMIENTO	117
2.- DOCUMENTOS BASE DE ACCION	118
A) CONTRATOS	118
B) NOTAS DE REMISION	119
C) FACTURAS	119
D) RECIBOS	119
C.- PROCEDENCIA DE LA QUEJA	120
D.- IMPROCEDENCIA DE LA QUEJA	122
E.- LA RECEPCION DE LA QUEJA	124
1.- TRAMITE	125
A) VERIFICACION	126
B) AUDIENCIA DE CONCILIACION	127
C) CONCILIACION TELEFONICA	127
D) EXHORTO	129
2.- FECHA DE AUDIENCIA	126
A) NOTIFICACION AL CONSUMIDOR	129
B) NOTIFICACION AL PROVEEDOR	130
F.- ANALISIS	131

CAPITULO IV

PROCEDIMIENTOS ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A.- PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO	133
1.- DESARROLLO	133
2.- SUPUESTOS QUE SE PRESENTAN	135
B.- TERMINACION DE LA ETAPA CONCILIATORIA	146
1.-CELEBRACION DE CONVENIOS	147
A) EFECTOS DE LOS CONVENIOS	148
B) EJECUCION DEL CONVENIO	149
2.- DESISTIMIENTO DE LA QUEJA	150
C.- PROCEDIMIENTO ARBITRAL	151
1.- EN AMIGABLE COMPOSICION	152
2.- EN ESTRICTO DERECHO	153
3.- LAUDO ARBITRAL	154
D.- PROCEDIMIENTO DE SANCION POR INFRACCIONES A LA LEY	156
1.- RESOLUCION ADMINISTRATIVA	156
2.- NATURALEZA JURIDICA	158
E.- MEDIDAS DE APREMIO Y SANCIONES EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	160
F.- MEDIOS DE IMPUGNACION ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	165
1.- RECURSO DE REVISION	166
2.- RECURSO DE REVOCACION	168
G.- ANALISIS	169
CONCLUSIONES	173
BIBLIOGRAFIA	177

I N T R O D U C C I O N

INTRODUCCION

Con la promulgación de la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 24 de Diciembre de 1992, se pretende adaptar la legislación a las nuevas circunstancias económicas en que vive el país.

La modernización de la vida nacional trae consigo la necesidad de establecer un nuevo tipo de las relaciones entre el Estado y la Sociedad; en virtud de que la calidad de los bienes y servicios, así como de su comportamiento en el mercado, tiene que orientar a los proveedores y consumidores respecto de las normas de calidad y competitividad que exige el nuevo contexto nacional e internacional.

El presente trabajo tiene la finalidad de dar a conocer la evolución que se ha gestado en nuestro país, en lo que se refiere a la protección de la población consumidora, y recoge las experiencias e inquietudes de 8 años que colaboré en la Procuraduría Federal del Consumidor.

Se compone de cuatro capítulos, siendo el primero el de los antecedentes de la Ley Federal de Protección al Consumidor en México, así como, la protección a los consumidores en el ámbito Internacional.

Asimismo, se establece el marco jurídico de aplicación de la Ley de la Materia, el cual se obtiene de la Constitución de nuestro país. Por otro lado, se contempla su Naturaleza Jurídica, Ambito de Validez y sus Atribuciones, traduciéndose éstas últimas, en las acciones con que cuenta dentro de su marco legal para hacer cumplir la finalidad para la cual fue creada.

En el capítulo segundo, analizamos los derechos sustantivos que contempla la Ley Federal de Protección al Consumidor, y la importancia de éstos en darse a conocer a la población consumidora, los cuales se traducen en los derechos básicos que todos debemos conocer para llevar a cabo realmente una relación de consumo entre los proveedores. Asimismo, se analizó la nueva normatividad que contempla la Ley, en materias específicas, como son: la publicidad engañosa, las ventas mediatas o indirectas, las operaciones a crédito, de los contratos de adhesión, de la vigilancia y verificación, las Normas Oficiales Mexicanas, etc.

En los capítulos tercero y cuarto, analizamos los derechos objetivos que enmarca la Ley de la Materia, que se traducen en los procedimientos necesarios para el marco de aplicación de los derechos sustantivos, los cuales para una mejor comprensión, los dividimos en el procedimiento de recepción de la queja, y los procedimientos ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

En el capítulo tercero se establece la importancia de la debida capacitación del personal de la PROFECO, para la detención de las quejas notoriamente improcedentes, a efecto de tener un servicio de calidad para la población consumidora; estableciéndose asimismo, el logro que se ha obtenido en la recepción de la queja a través del SISEQ, (Sistema de Seguimiento y Estadística de Quejas), el cual ha reducido considerablemente el tiempo en dicha recepción, mejorando con ésto, la imagen de la PROFECO.

En el capítulo cuarto, se da especial énfasis al procedimiento conciliatorio, el cual es considerado como la médula espinal de la Procuraduría, sin restar mérito a los procedimientos por infracciones a la Ley y arbitral, como consecutivos del primero.

En este sentido, todos estos procedimientos o derechos adjetivos, que contiene la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, se

conjugan en un solo interés, que es el de solucionar los conflictos que presentan los consumidores para defensa de sus derechos.

Asimismo, a lo largo del presente trabajo, se dejan ver las omisiones de los legisladores en la elaboración de la Ley objeto de nuestro estudio, y que definitivamente, dificultan la labor de los conciliadores, principalmente en la conciliación de las partes.

Así pues, con lo anterior se busca que las funciones de la PROFECO, sean las de una Institución más eficiente, a efecto de desaparecer lo que sustentan algunos transgresores de la misma, en el sentido de que es un elefante blanco, por lo que considero, que la presente Ley Federal de Protección al Consumidor cumplirá plenamente con los objetivos en la defensa de los derechos e intereses de la población consumidora, por que no hay que olvidar, que todos somos consumidores.

CAPITULO I

LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

- A.- ANTECEDENTES**
- B.- FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL**
- C.- NATURALEZA JURIDICA**
- D.- AMBITO DE VALIDEZ**
- E.- ATRIBUCIONES**

CAPITULO I

LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

A. ANTECEDENTES

La humanidad a través de la historia, siempre ha necesitado de productos y servicios para su subsistencia, las sociedades primitivas en la prehistoria, sólo producían lo indispensable para su uso personal o familiar, el trueque satisfacía las necesidades del que cambiaba sus cosas o productos, como el que los recibía a cambio de lo que él primero requiriese; resultando un tanto difícil que coincidieran unos y otros, con los objetos cambiables de acuerdo a sus necesidades. Más tarde cuando empezó la vida sedentaria del hombre, éste tuvo la necesidad de cuidar y cultivar los campos, cuando su asiento tenía lugar

en determinado sitio, con el fin de poder cambiar alguno de sus productos del campo, por aquellos de caza y pesca

"El hombre producía flechas, las cambiaba por pieles, por semillas o por objetos de barro que él necesitaba para su propio consumo. Cuando el hombre adquirió bienes, no para consumirlos, sino para cambiarlos por otros, realizó el comercio en sentido moderno, porque se colocó en situación de intermediario, entre los que tenían bienes que deseaban cambiar por otros, y los que necesitaban adquirir los bienes que se ofrecían a cambio".(1)

A medida que el comercio se fue incrementando, se acrecentaba la necesidad de buscar algo que pudiera ser útil como medida común de valor, esto es, la moneda cuyos orígenes son las cosechas, la sal, las telas de algodón y el ganado, empleando para ello más tarde, los metales como el oro, la plata, el cobre, el hierro y el estaño, aunque no en la forma actual, pues eran piezas toscas y aformes; siendo ésto lo que vendría a cambiar al citado trueque.

La manufactura y las artesanías son sustituidas por sistemas de producción en serie y automatizados, los transportes y comunicaciones se ramifican hasta los lugares más apartados, los talleres familiares de artesanos se convierten en fábricas.

Comparada con las sociedades, la que se forma con la revolución industrial, la sociedad industrial, crea una dinámica de la vida propia. Si antes las sociedades se acomodaban lenta y difícilmente sus efectos, en

(1) Cervantes Ahumada, Raúl, "DERECHO MERCANTIL 1er. CURSO", Edit. Herrero, México 1975, pag. 1.

razón a su dificultad de comunicación y desconfianza hacía el progreso, a partir de la primera mitad del siglo XIX, los efectos se acumulaban de una manera uniformemente acelerada, y cada descubrimiento o cada mejora en los medios de producción influye de modo inmediato sobre los demás descubrimientos.

Podría fijarse la historia del consumo, en el momento de que el hombre efectúa la conversión basada en las reservas de objetos que han de durarle toda la vida, a la de la seguridad de poder cambiar continuamente de objetos y reponer sus reservas consumidas, de manera de que ésta sucesión, sea posible mientras viva; el tránsito coincide aproximadamente por los cambios producidos a raíz de la etapa industrial.

Más tarde se habrán de sumar otros factores decisivos. La planificación, la organización de las empresas, el pavoroso abuso de la publicidad, que los fuerzan a entrar por todos los poros de la intimidad, el surgimiento de las nuevas clases medias, la expansión de los beneficios producidos por la economía del mercado y la inversión del ahorro.

Hay que señalar que la economía capitalista establece condiciones de crear un mercado para cada tipo de producto, de tal manera que el consumo aumente y permita así, el desarrollo de la industria correspondiente. La economía basada en esas condiciones forma la llamada "Sociedad de Consumo", para indicar que hay empresas que necesariamente tienen que producir bienes destinados al consumo o desaparecer. Esto afecta evidentemente la calidad de los productos duraderos, puesto que la necesidad para la industria que los produce dé

una reposición rápida, y motiva a que los productos sean rápidamente deteriorables.

La satisfacción del consumo, da la medida para valorizar todo el proceso de la producción, sólo respecto al consumo, es así como cobra importancia todo el proceso económico.

"En la actualidad, los consumidores, son menos capaces que antes de comparar las calidades, los precios y las otras condiciones de los distintos productos que existen en el mercado. No hay conocimientos de los métodos de producción ni de las materias primas; los consumidores incapaces de juzgar los riesgos de seguridad o de salud de ciertos productos, como resultado de las nuevas formas de distribución (mercados de consumo, tiendas de ventas por correo), los consumidores raramente reciben orientación, el abuso de la publicidad está dirigido para manipular en lugar de constituir una guía, hoy los mercaderes han adoptado una multitud de técnicas de ventas y exagerada publicidad de muy dudosas intenciones".(2)

El consumidor por consiguiente, es la víctima que sufre asechanzas, de los que trabajan para convertirlo en su cliente habitual y ocasional.

El consumidor se siente tentado, por el acoso de los vendedores y por la índole caprichosa de sus exigencias propias a hipotecar sus futuros ingresos sobre una elevada tasa de interés, a modo de obtener las mercancías en el momento mismo que las necesita.

"En la economía moderna la gran variedad de productos, la

(2) Biervrf, Bernd. "EL DESARROLLO RECIENTE DE LA POLITICA DEL CONSUMIDOR EN EUROPA OCCIDENTAL"
Edit. Nueva Imagen, México 1981, Pag. 130.

creación de necesidades a través de los diversos medios de inducción colectiva, la oposición predominante del comercio frente al consumidor, la creación de una mentalidad propia de una sociedad de consumo, hacen del consumidor un ente manipulado que se encuentra en condiciones de notoria inferioridad frente al probable proveedor de los bienes y servicios que necesita. Frecuentemente el consumidor tiene que aceptar el cobro de intereses excesivos porque no tiene dinero para comprar al contado; tiene también que aceptar la renuncia de sus derechos en contratos que les impone la fijación de condiciones inequitativas y aún tiene que sufrir la realización de prácticas que ofenden su libertad y su dignidad de seres humanos".(3)

Mientras que el mundo jurídico prevé la igualdad en las transacciones comerciales, la realidad contempla injusticias. Asimismo mientras que la legislación mercantil se orienta fundamentalmente a la protección de la empresa y la industria, el consumidor se ve abusado por éste dominio e imposibilitado para ejercitar sus incipientes derechos.

El progreso y desarrollo industrial desmedido que ha caracterizado a los países capitalistas ha ocasionado un incremento desmedido en los abusos e injusticias de las grandes masas de consumidores. La economía capitalista se convierte en economía de consumo, en virtud de la cual el productor y el comerciante a través de los medios de publicidad, distribución y venta, cada vez más sofisticados, lanzan al público consumidor una gran variedad de bienes

(3) Lic. Campillo Sainz, José. COMPARECENCIA DEL SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO, (Hoy Secretaría de Comercio y Fomento Industrial), ante la Cámara de Diputados el 18 de Noviembre de 1975.

y servicios como consecuencia de la producción en masa, creando así una necesidad de adquirir artículos superfluos e innecesarios, a los precios más altos posible, que muchas veces no justifican los costos de producción. Esta economía de consumo, nació en los países altamente industrializados, quienes se vieron forzados a modificar su filosofía abstencionista, para poder tener una intervención cada vez mayor en las relaciones económicas de los particulares. Por lo que al lado del principio de la Libre Empresa y la Competencia, como principios fundamentales para el desarrollo sano de una economía capitalista, surge una tendencia de protección e intervencionismo que en aras de esa libre empresa y competencia, pretende eliminar los abusos e injusticias que propiciaba el sistema.

Al respecto, Jorge A. Sánchez Cordero Dávila sostiene:

"Si bien en la protección al consumidor, es un problema que se ha venido tratando desde hace mucho tiempo, el concepto de una política de consumo es relativamente reciente. Este concepto constituye una respuesta a las condiciones del mercado, que con frecuencia, son fuentes de abuso y frustraciones del consumidor. Este último se encuentra frente a la abundancia de bienes y servicios y su consecuente complejidad, ofrecidos por un mercado de expansión en el que evidentemente ha perdido la posibilidad de representar un factor de equilibrio. El descubrimiento de nuevas materias primas, la implantación de nuevos métodos de fabricación, el desarrollo de medios de comunicación, la aparición de nuevos métodos de venta, han tenido como efecto el crecimiento de la producción y de la demanda intensa de una variedad y servicios. Con mayor frecuencia el productor

y distribuidor tienen más posibilidad de determinar las condiciones del mercado que los consumidores. La fusión de empresas y algunas restricciones voluntarias de la concurrencia también han generado desequilibrios en detrimento de los consumidores, las prácticas comerciales, cláusulas contractuales, el crédito al consumo y la noción de la concurrencia han evolucionado. Pero éstos cambios, no han hecho más que acentuar los desequilibrios que hemos evocado y que han sensibilizado a los consumidores y al poder público de la necesidad de una acción que tienda a mejor informar al consumidor de sus derechos y protegerlo contra los abusos resultantes de tales prácticas. En efecto, la expedición de normas que tiendan a la protección al consumidor, es una respuesta a cambios en la estructura de la economía y de sus formas de distribución y producción; es decir, la expedición de normas al consumidor obedece a un cambio en el desarrollo consistente en la creación de grandes empresas y en comercialización masiva, basada ésta última, en una intensificación de los procedimientos del mercado. Pero dentro de la masa de los consumidores, preocupa principalmente a aquellos que con bajo salario, educación y conocimiento del mercado deficiente, están mal conformados frente a las prácticas comerciales sofisticadas y por ello necesitan de normas protectoras".(4)

(4) Sánchez Cordero Dávila, Jorge A. Investigador en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, en el coloquio internacional: "LA PROTECCION JURIDICA DEL DEBH. EN EL CONSUMO", 23 de Julio de 1979, Ciudad Universitaria, Edit. Nueva Imagen, México 1981, Pag 13.

Dentro de los países desarrollados y subdesarrollados, existe la tendencia de mejorar las condiciones en que se encuentra el consumidor a nivel internacional. El movimiento de los consumidores ha adoptado hasta el día de hoy, obligado por las circunstancias, un carácter defensivo, puesto que el consumidor "débil" objeto de campañas, de promociones, de estrategias, etc., de pasar una fase de consolidación, de reflexión sobre su responsabilidad en la vida contemporánea y debe prepararse a jugar un papel positivo en la organización del desarrollo de ésta sociedad.

El movimiento de los consumidores debe desempeñar un papel de creciente importancia, tendiente a la responsabilidad de los consumidores de acuerdo a su papel económico y social.

En una referencia cronológica, encontramos que en un reciente documento de la Comunidad Económica Europea menciona que:

"El movimiento de los consumidores fue introducido en Europa desde los Estados Unidos, donde se originó en 1928 con la fundación de una Organización "Consumer Unión" (Unión de Consumidores). La Unión fue creada por un economista y un ingeniero que trabajaban en la "American Bureau of Standard" y que consideraban que el público norteamericano debería tener acceso a los resultados de los test comparativos efectuados por el Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica, antes de decidirse por una determinada adquisición. La Unión junto sus propias pruebas comparativas, cuyos resultados fueron publicados, para el uso de sus miembros en el Consumer Report.

En 1947 se creó en Europa el Consejo Danés del Consumidor (Forbrugeraadst), primera organización privada de los consumidores, y a

fines de los años cincuenta comenzaron a aparecer organizaciones similares en otros países de Europa Occidental. Pero solamente a fines de 1960, el más importante de éstos movimientos, comenzó a ejercer alguna influencia sobre el Gobierno. Este desarrollo coincidió con el creciente interés por parte de los Gobiernos Europeos; indudablemente tomando en cuenta el poderoso movimiento de los Estados Unidos de Norteamérica, respecto de los asuntos del consumidor. Para tratar de ayudar a los consumidores, los Gobiernos incentivaron nuevas propuestas de Ley, instituyeron entes gubernamentales "ad hoc" o delegaron responsabilidades en el Sector a diversos ministros. Obviamente, la evolución de ésta acción difiere de país a país con la consecuencia de que actualmente, las organizaciones de consumidores y su toma de conciencia varía de manera notable".(5)

A la era del consumo colectivo deben corresponder normas e instituciones de protección colectiva, razón por la cual países como Suecia, Francia, Estados Unidos de Norteamérica, Alemania, Inglaterra, Dinamarca; Canada, Venezuela, Costa Rica, Guatemala, entre otros, han desarrollado estos rubros, por lo que mencionaré lo correspondiente a cada uno de ellos.

En Suecia, que ha tomado delantera en elaborar normas protectoras para el consumidor, la función principal de supervisión de las prácticas del mercado está encomendada al "OMBUDSMAN DE LOS CONSUMIDORES (KO)", el cual defiende el Interés público en los asuntos que se ventilan en el tribunal de mercados; y es de mayor importancia

(5) Guido, Aldo, "LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EUROPA, MODELO DE LEGISLACION ESTATAL Y DIRECTIVA DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA, DOCUMENTO EUROPEO", edit. Nueva imagen, México, págs. 23 y 24.

el aspecto de las funciones, que consisten en la mayoría de los casos, en tratar de que las faltas sean reparadas voluntariamente por el responsable; entonces su primera tarea consistiría en persuadir al responsable para que enmiende su acción.

Esto no significa que el Ombudsman de los consumidores, no pretenda establecer un compromiso, sino dar al responsable la posibilidad de que sea castigado severamente.

El ombudsman de los consumidores tiene poderes de control, de investigación y judicial. El control de investigación y judicial, se aplica a la publicidad y a las prácticas comerciales y perjudiciales, de conformidad con la Ley sobre la venta al consumidor, y sobre las condiciones impropias de los contratos.

El Gobierno de Suecia ha llevado a cabo amplias investigaciones dentro del campo jurídico para proteger al consumidor, y es así, que en ese país existen numerosas Leyes que de un modo u otro, tratan de que se mejore la situación del consumidor siendo las siguientes:

- Ley de Comestibles del año de 1971
- Ley de Ventas a Domicilio de 1971
- Ley de Garantía de Viajes de 1972
- Ley de Compras del Consumidor de 1973
- Ley del Pequeño Reclamo de 1974
- Ley de Actividades Comerciales
- Procedimiento para los Pequeños Reclamos

En Francia, la protección al consumidor responde a situaciones históricas, por ejemplo: existe la Ley del Primero de Agosto de 1905, sobre la represión de fraudes y sobre todo de precios, esta Ley permite

a las autoridades administrativas dictar reglamentos que prohíban ciertas prácticas o productos, mediante el recurso "procedimiento de lista cerrada", es decir, para cierta categoría de gentes todo lo que no está expresamente autorizado está prohibido, igualmente esta Ley se refiere a los productos congelados.

En 1906, se crea una Ley que reglamenta las ventas a bajo precio, en saldos y en liquidaciones, y el decreto del veinte de Mayo de 1905, relativo a las ventas a crédito incorporado a la ordenanza del treinta de Junio de 1945, son otros tantos ejemplos.

Asimismo, desde 1945, los poderes públicos piensan en fomentar las tendencias a participar en asociaciones que afirman expresar las necesidades de las familias. Se crea la UNAF, y la UDAF (Unión Nacional de Asociaciones de Familias y Unión Departamental de Asociaciones de Familias), que agrupan prácticamente a la totalidad de las Asociaciones Familiares en el seno de un organismo único. En 1960, se crea un órgano consultivo que permite a la administración informarse sobre los problemas en el Ministerio de Hacienda. En el año de 1967, se crea también, el Instituto Nacional del Consumo que dispone de un presupuesto importante para llevar a cabo varias actividades al servicio de los consumidores. Asimismo, en 1976, se instauró una Secretaría de Estado para el Consumo, que se encarga de la elaboración y aplicación de reformas que responden a las aspiraciones de los consumidores. Se establece en la Ley del 12 de Julio de 1971, la enseñanza por correspondencia y que impone bajo pena de nulidad un plazo de 6 días hábiles entre la recepción del contrato por el cliente y su firma, y autorizar al alumno durante los tres meses siguientes a la entrada en

vigencia del contrato, a rescindirlo, mediante una indemnización que puede exceder el 30% del precio del contrato. Pero en la Ley del 3 de Enero de 1972, sobre la gestión financiera, se utilizó un procedimiento mucho más audaz: la retractación o el derecho a repetirse, posterior a la conclusión del contrato. Por último la Ley del 10 de Enero de 1978, relativa a la información y a la protección a los consumidores en el ámbito de ciertas operaciones a crédito, y en la cual se establece la información reforzada mediante el otorgamiento obligatorio al consumidor de un plazo mínimo de reflexión durante el cual él puede renunciar al crédito solicitado.

Se establece en esta Ley, un nexo entre el contrato de venta y el financiamiento, la libertad jurídica de estos dos contratos según la legislación francesa, no había tomado en cuenta la realidad socioeconómica, en tal virtud, la libertad del contrato de financiamiento y del contrato de venta o prestación de servicios, era uno de los puntos débiles de la protección del comprador a crédito, en especial la hipótesis en la que el prestatario debía obtener un préstamo por intermedio de su deudor, en caso de negativa del concurso financiero, el contrato de compra independientemente subsistía en la ausencia de una cláusula resolutoria o suspensiva que subordina la compra a la obtención del crédito y el comprador no financiable se hallaría en una situación precaria.

En los Estados Unidos de Norteamérica, la protección al consumidor existe, en virtud de que hay diversas dependencias Federales, Estatales y Municipales, que imparten considerablemente una ayuda al consumidor.

Entre las diversas dependencias federales tenemos a la Administración de Víveres y Medicamentos, a la Comisión Federal del Comercio; la primera aplica la Ley de Víveres y Medicamentos puros de 1906, que se reformó y se amplió en 1938, a modo de que se incluyeran los cosméticos y artefactos curativos, las condiciones en que deben enlatarse los comestibles y las especificaciones de los medicamentos. En 1952, la Administración de Víveres y Medicamentos, evitó que más de ocho millones de kilogramos comestibles contaminados llegaran al mercado; la segunda dependencia es importante porque defiende a los consumidores; primeramente se estableció para proteger a los hombres de negocios frente a los métodos indebidos de competencia, pero se le han ampliado sus facultades a la Comisión Federal del Comercio, a modo de que pueda castigar los actos impropios y engañosos que lesionan al consumidor, es decir, evitar que los productores hagan anuncios falsos, obligar a que se marquen debidamente los artículos, exigir que se diga la verdad en los marbetes que garantizan, que una tela no encoja, y fomentar las prácticas de comercio equitativo.

Otros organismos dependientes del Departamento de Agricultura, laboran en pro del interés del consumidor, la administración de producción y mercados, la oficina administradora de precios, la oficina de nutrición humana y de economía doméstica, así como, la Oficina Local de Pesas y Medidas.

Por último, las Leyes más importantes en los Estados Unidos de Norteamérica, en cuanto a la protección al consumidor, son las siguientes: la Ley Federal Sobre Substancias Peligrosas; Ley Sobre Empaquetado y Etiquetado; Ley Sobre Textiles Inflamables; Ley de la

Comisión Federal de Comercio y finalmente la Ley Sobre Veracidad de los Préstamos.

En la República Federal de Alemania, la protección al consumidor ha alcanzado, entre tanto, una gran importancia. El Gobierno Federal ha informado en diversas ocasiones acerca de la política para el consumidor; ya han sido promulgadas numerosas reformas para su protección, así como, en especial, la complementaria Ley Sobre el Pago a Plazos y para la Ley Sobre Carteles, la propuesta de Ley respecto a la Competencia, la Ley para la Reforma Global de la Legislación de Alimentos, la Ley para la Reorganización de la Legislación de Medicamentos, regularización del Derecho Sobre Condiciones Generales de Contratación y la Ley para la Protección de Participantes en Cursos Impartidos por Correspondencia y a través de los medios masivos.

El Estado de la República Federal Alemana, busca la protección del consumidor ante los precios excesivos en la mayoría de los casos no tanto de manera directa, es decir, prohibiendo la usura o fijando precios (máximos) o ganancias (máximas), sino de manera indirecta, esto es, trata de evitar el aumento excesivo por medio de la conservación y el fomento de la competencia.

En Inglaterra, fue fundado en 1959 un Comité Oficial para examinar si habría reformas que hacer y cuales serían deseables para mejorar la protección al consumidor. Así la legislación de éste país es abundante; teniendo en vigor la Ley de Protección al Consumidor, la Ley de Comercio Recíproco, la Ley Restrictiva de Prácticas Comerciales, la Ley de Precios de Reventa, la Ley de Oferta y Mercancía y la Ley de Crédito al Consumidor. Existen también diversos organismos en

defensa del consumidor y entre ellos tenemos el Departamento de Precios y Protección al Consumidor, con órganos de apoyo en materia de política, de precios, defensa de la competencia y crédito al consumo.

En Venezuela, el 18 de Julio de 1973, se introduce a la Cámara de Diputados el proyecto de Ley de Protección al Consumidor, sin embargo, no se aprobó; pero el 18 de Abril de 1974, se presenta otro proyecto denominado "Proyecto de Ley Antimonopolio y de Protección al Consumidor", en el cual se establecía la necesidad de separar la legislación antimonopolista de la protectora del consumidor, toda vez, que consideraba que los sujetos destinatarios de la Ley eran distintos.

El 5 de Agosto de 1974, entra en vigor la Ley de Protección al Consumidor, y se manifiesta lo siguiente: En su Título Segundo, Capítulo Primero, establece cuales son los bienes y servicios de primera necesidad, los cuales son determinados por el Ministerio de Fomento, en base a su carácter de consumo masivo o a la característica de ser esenciales para la vida de la población; prohíbe el acaparamiento y cualquier forma de especulación, remitiendo a la Ley especial de la materia para su castigo de los infractores; precisa la posibilidad de establecer el delito de la usura; faculta al Ejecutivo Nacional para fijar los tipos máximos de interés en las operaciones de crédito o financiamiento.

También señala las prohibiciones dirigidas a la publicidad, tanto comercial como industrial, tales como el anuncio de productos como nuevos, cuando los mismos, hayan sido reconstruidos. Establece la obligación de los productores o importadores de colocar en un lugar visible los precios de los mismos.

Existe también la Superintendencia de Protección al Consumidor, quien determina que los bienes de naturaleza durables deben ser garantizados contra desperfectos o mal funcionamiento. Este organismo, adscrito al Ministerio de Fomento, será el competente para proteger al consumidor frente a la transgresión de la normatividad consagrada en la Ley.

Costa Rica promulgó su Ley el 28 de Febrero de 1975, y fue publicada el 9 de Abril de ese mismo año.

La Ley Protectora de los Consumidores de Costa Rica, es similar a la mexicana, ya que establece el cobro de los intereses sobre los saldos insolutos, siendo la proveedora la obligada a informar a los consumidores el precio de contado del artículo, el monto total de intereses y la tasa en que éstos se calculan, asimismo, dicha Ley autoriza al público consumidor a consignar los intereses legales, cuando la parte proveedora pretenda cobrar intereses más elevados.

La Ley referida procura controlar y fijar precios, así como, un adecuado abastecimiento y distribución de los bienes de consumo.

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, de acuerdo a lo establecido en la Ley Protectora de los Consumidores, tiene la facultad de aplicar las disposiciones relativas a la Ley antes citada.

La violación de sus disposiciones se encuentra contemplada en la misma Ley, y podrán ser sancionadas con multas, prisión y clausura del establecimiento, y en el caso de que ésta última ocurra, será decretada por el Tribunal Penal, quien necesariamente deberá escuchar la opinión del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y en ningún caso se procederá al cierre de los centros de producción.

Guatemala inicia su Ley de Protección al Consumidor, el 14 de Enero de 1985, la cual fundamentalmente se dirige a controlar los precios de los productos y servicios esenciales para la población del país; a evitar el alza inmoderada de sus precios, así como, establecer el catálogo de los delitos económicos y sus correspondientes sanciones.

Como delitos económicos quedan tipificadas aquellas acciones encaminadas a la indebida elevación del precio de los productos regulados, el incremento inmoderado de los precios en general, el no autorizado de tarifas, cuotas o precios de servicios públicos, el acaparamiento, desabasto o negativa a vender productos esenciales, así como, los actos encaminados a alterar peso, medida, calidad o bien destinadas a engañar a los consumidores respecto de los mismos.

De la misma manera, todo acto que impida o tenga como fin impedir la libre competencia en la producción y comercialización de productos y servicios con miras a su encarecimiento.

Las sanciones consistentes en multas hasta por un millón de quetzales, cierre temporal y definitivo del negocio, cancelación de la patente de comercio y prisión de seis meses a tres años.

Para la aplicación de las sanciones las autoridades competentes son el Ministerio de Economía o el Ministerio de Estado, que por razones de materia ejerzan el control del producto o servicio de que se trate, idéntico principio al adoptado por la Ley mexicana, con la circunstancia de que las multas, por ningún motivo, podrán ser reducidas o exoneradas.

Las sanciones consistentes en la privación de la libertad, la Autoridad competente que hubiera conocido del procedimiento,

turnará el expediente completo al Ministerio Público, para los efectos conducentes.

Ahora bien, ~~por lo que respecta a México~~, en cuanto a la defensa de los intereses de la población consumidora, una preocupación constante ha sido la especulación y acaparamiento de bienes de consumo por parte de los proveedores, así como, el alza de precios en los productos, los cuales repercuten en su venta a los sectores sociales más desposeídos del país.

Es por ésto, que en 1950, se crea un control más rígido en beneficio de los consumidores, promulgándose la Ley Sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, donde se establece que tendrá facultades para imponer precios máximos al mayoreo y menudeo y fijar las tarifas de los servicios, igualmente que no se eleven los precios del mercado y las tarifas vigentes.

En 1951, se decreta la lista de productos sometidos al control oficial de precios; y el 28 de Marzo del mismo año, se crea la Dirección General de Precios, ambos organismos ajenos de la Secretaría de Economía (hoy Secretaría de Comercio y Fomento Industrial).

En 1970, al agudizarse el proceso inflacionario, de una manera general e incontrolable, el Congreso de la Unión como representante del sector obrero, se planteó la urgencia de controlar el acaparamiento y la especulación con los artículos de primera necesidad, por lo que propuso la elaboración de un programa general de protección al consumo de los trabajadores.

Así, el 3 de Abril de 1974, se creó un organismo destinado fundamentalmente a proteger el salario de los trabajadores y elevar su

capacidad adquisitiva, siendo ésta, el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario, mismo que actúa en colaboración con el Congreso del Trabajo y 10 distintas Dependencias del Gobierno Federal como son:

- Secretaría de Industria y Comercio (hoy Secretaría de Comercio y Fomento Industrial).
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Secretaría de Agricultura y Ganadería (hoy Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos).
- Compañía Nacional de Subsistencias Populares
- Departamento del Distrito Federal
- Instituto Mexicano del Seguro Social
- Comisión Nacional de Salarios Mínimos
- Instituto de Seguridad y Servicio Social para los Trabajadores del Estado.

Entre los principales objetivos del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario, considero los siguientes:

- 1)** Defender el patrimonio de los trabajadores contra su perjuicio o menoscabo.
- 2)** Luchar contra la especulación y el acaparamiento de los satisfactores necesarios para los trabajadores.
- 3)** Estudiar y proponer la adopción de medios, o la creación de instituciones que protegen el salario e incrementar su capacidad adquisitiva.
- 4)** Organizar la colaboración entre sindicatos obreros y autoridades competentes, para la vigilancia y el adecuado cumplimiento de las

disposiciones que protegen el salario y el nivel de vida de los trabajadores.

5) Recabar la información necesaria de carácter económico y social para cumplir con sus propios objetivos y para orientar tanto al consumo, como la acción de los trabajadores.

6) Establecer nexos de cooperación entre los sindicatos y las autoridades, manteniendo estrecho diálogo con los otros sectores de la población para la correcta observancia de estas medidas y para la vigilancia permanente de principios de justicia social.

Ahora bien, otro ordenamiento jurídico del sistema mexicano que ofrece alguna protección al consumidor, lo encontramos en el Código Civil para el Distrito Federal:

Al respecto el Maestro Jorge Barrera Graf, hace una relación de los artículos del Código Civil vigente para el Distrito Federal, y señala que al principio de que: "Los contratantes pueden poner las cláusulas que crean convenientes (artículo 1839), y de que en los contratos..., cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse" (artículo 1832), el Código impone limitaciones de las que las principales son las siguientes: Primera, las partes no pueden modificar los requisitos esenciales del contrato (consentimiento y objeto), ni los que sean consecuencia de su naturaleza ordinaria (cosa y precio en la compra-venta; transmisión del uso en el arrendamiento; libre prestación de servicios en el contrato de trabajo; etc.); Segundo, "La voluntad de los particulares no puede eximir de la observancia de la Ley, ni alterarla o modificarla, sólo pueden renunciarse los derechos privados que no afecten el interés público. . ." (artículo 60); Tercero, no

es lícita la renuncia de derechos que perjudiquen derechos de terceros; ni tampoco su abuso, o sea, su ejercicio con la misma finalidad de dañar a terceros (artículos 16, 840 y 912 respectivamente)". (6)

Asimismo en el artículo 1797 se establece que el cumplimiento de un contrato no puede dejarse al arbitrio de una de las partes.

Además, el cumplimiento y la ejecución deben de hacerse de acuerdo a los principios de buena fe, según lo establecen los artículos 1796 y 1932.

Por lo que respecta al interés del dinero en caso de mutuo y de crédito no deben ser desproporcionados en atención a la situación pecunaria, la Inexperiencia o la ignorancia del dueador (artículo 2395).

También, en cuanto a la regla de que, en principio, los contratos sólo obligan a los contratantes, y que del pacto nacen las obligaciones y derechos solamente respecto de las partes que intervienen en su celebración, por igual sufre excepciones, no sólo en los casos varios y frecuentes de estipulaciones a favor de terceros, sino también en los casos de solidaridad y en la llamada responsabilidad vicaria (artículos 1923 y 1924).

Por lo que toca a la responsabilidad en el caso de incumplimiento de las obligaciones, si bien rige el principio de la culpa, de tal manera que sin el cumplimiento, en la pérdida o deterioro de la cosa materia del contrato, y en casos de vicios ocultos, no hubiera culpa, no procede la indemnización (artículos 2017 a 2019, 2023 y 2145); y de que sea necesario que los daños causados, "sean consecuencia inmediata y

(6) Barrera Graf, Jorge, "LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EL DERECHO MEXICANO, LOGROS Y DEFINICIONES", Edit. Nueva Imagen, México 1981, Pag. 88.

directa" del incumplimiento (artículo 2110), nuestro ordenamiento civil, no sólo prescinde de la culpa en materia extra contractual, sino que inclusive en relación a los contratos, al exigir obrar conforme a la buena fe (artículos 1796 y 1932), impone a quien demanda el pago de la indemnización por daños, la prueba de haber actuado correctamente".

En este aspecto, es evidente que la Ley Civil no ofrece protección alguna al consumidor, por ello constituía una laguna que debía colmarse.

En base a esta situación, surge la necesidad de crear un instrumento legal y administrativo tendiente al beneficio de la población e impulsar el desarrollo económico en nuestro país.

En ese sentido, el Congreso de la Unión aprueba el día 18 de Diciembre de 1975, la iniciativa denominada **LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR**, que fue enviada al mismo, por el entonces Presidente de la República Mexicana el C. Lic. Luis Echeverría Álvarez, y que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación, el día 22 del mismo mes y año; ordenamiento que inicia su vigencia el día 5 de Febrero de 1976, con los más nobles objetivos en relación a la defensa de los consumidores frente a los productores, comerciantes y prestadores de servicios, dentro del marco económico del aparato distributivo nacional.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, esta basada en los principios de nuestra constitución, estableciendo un conjunto de derechos sociales encaminados a asegurar la justicia entre los particulares, preocupándose por tutelar los intereses de todos los consumidores, es por ello, que resulta necesario la intervención activa y

vigilante del Estado, para que se puedan hacer efectivos los derechos que la Ley les concede, estableciendo normas imperativas para garantizar los derechos de bienestar y para regular las relaciones entre grupos sociales como son la clase consumidora y la clase proveedora, por tal motivo se crea la **PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**, con la finalidad de que se vigile el perfecto cumplimiento de la Ley, denunciando a las autoridades competentes los casos que sean de su conocimiento.

Los propósitos fundamentales de la Ley Federal de Protección al Consumidor, responden a dos principios concurrentes que orientan la política del régimen: Uno de ellos, es el desarrollo del sistema económico, y el otro, es procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedor y consumidor.

Ahora bien, considerando los cambios existentes en nuestro país, hubo la necesidad de reformar la Ley Federal de Protección al Consumidor, materia de nuestro estudio, con la finalidad de adaptarla a la dinámica actual del país, es por ello, que el día 24 de Diciembre de 1992, se publica en el Diario Oficial de la Federación, la Nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, siendo Presidente de la República Mexicana el C. Lic. Carlos Salinas de Gortari; Ley que al igual a la anterior, contiene disposiciones tendientes a la protección de los consumidores contra cualquier abuso o situación injusta que pudiera lesionar sus intereses.

Por otra parte, la creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor es de gran importancia, en virtud de que se busca proteger

los intereses de la sociedad en general, pues todos en algún momento, somos consumidores.

La nueva legislación permite que las acciones de la Procuraduría adquieran una nueva dimensión acorde a la dinámica económica del país; así, por ejemplo, dentro de las labores tradicionales de inspección y vigilancia, además de verificar los precios de los productos, se faculta a la PROFECO, para supervisar la calidad, ingredientes, pesas y medidas, así como todas las Normas Oficiales Mexicanas, que la Ley Federal de Metrología y Normalización establece.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, contiene la experiencia acreditada en la vida de la Institución, y reflejan decisiones trascendentales, como lo fue la fusión del extinto INCO (Instituto Nacional del Consumidor), con la PROFECO, la cual además de eliminar la duplicidad de funciones, permitió racionalizar y adecuar recursos, estableciendo nuevos mecanismos para vigilar y proteger con mayor eficacia y equidad los derechos e intereses de la población consumidora en México. Este marco jurídico fortalece la rectoría del Estado en el ámbito de las relaciones comerciales, y establece criterios claros dentro de las funciones básicas, que son inherentes en la práctica del consumo, considerado éste, como un servicio básico para la población y las ramas productivas nacionales.

Con este propósito, la Ley en comento, incorpora las normas sustantivas en que se basa el ejercicio de las relaciones entre las que comercializan productos y servicios y los consumidores, lo que permite el conocimiento entre los sectores de la población, de los elementos fundamentales que deben ancauzar estas funciones.

En este sentido, nuestro país requiere de un organismo dinámico que afronte los problemas; que cuente con la flexibilidad suficiente para anticipar y ser partícipe de los cambios y que fortalezca su vocación federal.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, define las atribuciones y funciones de las autoridades competentes en la materia, y busca simplificar trámites y procedimientos para la aplicación de sus distintas disposiciones.

Dicha Ley ha sido ordenada en 15 Capítulos, cada uno de los cuales aborda diferentes aspectos de las relaciones de consumo:

Capítulo I : Disposiciones Generales

Capítulo II : De las Autoridades

Capítulo III : De la Información y Publicidad

Capítulo IV : De las Promociones y Ofertas

Capítulo V : De las Ventas a Domicilio, Mediatas o Indirectas

Capítulo VI : De los Servicios

Capítulo VII : De las Operaciones a Crédito

Capítulo VIII: De las Operaciones con Inmuebles

Capítulo IX : De las Garantías

Capítulo X : De los Contratos de Adhesión

Capítulo XI : Del Incumplimiento

Capítulo XII: De la Vigilancia y Verificación

Capítulo XIII: Procedimientos

Capítulo XIV: Sanciones

Capítulo XV: Recursos Administrativos.

Tomando en cuenta la desconcentración administrativa, la Procuraduría Federal del Consumidor, ha instalado Delegaciones y Subdelegaciones Federales en nuestro país, contribuyendo así, al fortalecimiento del federalismo, a la descentralización de la vida nacional, a robustecer la rectoría del Estado y a acercar la prestación de los servicios a los sectores donde se encuentra la población beneficiaria de los mismos.

B.- FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL

Primeramente, para determinar el fundamento constitucional de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es necesario tomar en cuenta de donde emana dicha Ley.

El artículo 71 Fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, faculta al Ejecutivo Federal a presentar las iniciativas de Ley ante el Congreso de la Unión, para que éste, como entidad bicameral y organismo constituido, inicie, discuta y apruebe las normas jurídicas de la aplicación general, impersonal y abstracta conocidas como Leyes.

En ese sentido, siendo Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos el C. Lic. Carlos Salinas de Gortari, en fecha 25 de Noviembre de 1992, presenta ante el Congreso de la Unión, la Iniciativa

de Ley denominada **LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR**, misma que como ya hemos señalado en el tema anterior, fue aprobada por dicho Congreso y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de Diciembre de 1992.

Ahora bien, el artículo 73 Constitucional, establece cuales son las facultades del Congreso de la Unión; en él, se observa la competencia, esfera o campo dentro del cual dicho órgano puede desempeñar o realizar válidamente sus atribuciones o funciones.

Por lo anterior, podemos determinar que el fundamento jurídico de la Ley Federal de Protección al Consumidor lo encontramos en el artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en razón de que la Fracción XXIX - D se establece que el Congreso de la Unión tiene facultades, "para expedir Leyes sobre planeación nacional del desarrollo económico y social" (7), Fracción XXIX - E "para la programación, promoción, concertación y ejecución de acciones de orden económico, especialmente las referentes al abasto y otras que tengan como fin la producción suficiente y oportuna de bienes y servicios, social y nacionalmente necesarias".(8)

Así pues, tenemos que el Congreso de la Unión, aprobó la Ley Federal de Protección al Consumidor de acuerdo al artículo 73 Fracciones X, XXIX - D y XXIX - E de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con la finalidad de proteger la producción, procurando una distribución más equitativa del producto nacional, asimismo, tiende a hacer más eficiente nuestro aparato productivo, así

(7) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
(8) Idem.

como, a defender los derechos e intereses de la población consumidora, evitando vicios y deformaciones de los sistemas de comercialización a través de una Autoridad Administrativa como lo es la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

C.- NATURALEZA JURIDICA

Es importante determinar la Naturaleza Jurídica de la Ley Federal de protección al Consumidor, para encuadrarla en la rama del Derecho que le corresponde.

Así, tenemos que la Ley concibe a sus disposiciones como lo establece en su artículo 1º "La presente Ley es de Orden Público e Interés Social, y de observancia en toda la República. . . "(1); entonces tenemos que la Ley de estudio es de naturaleza mixta, es decir, de Derecho Público y Privado. Sin embargo, se ha tenido la necesidad de encuadrarla en un nuevo Derecho, y éste ha sido el Derecho Social.

Es importante recordar, respecto a la distinción entre Derecho Público y Privado, principalmente se sostiene que el Derecho Público es el que protege los intereses generales, en tanto que el privado tutela los intereses particulares. Se ha calificado al Derecho Público, como el Derecho de mando y jerarquía, y al Derecho Privado, como un Derecho

(1) Ley Federal de Protección al Consumidor, Pág. 9.

de igualdad y libertad; de ésta calificación podemos determinar que la Ley Federal de Protección al Consumidor, pertenece al Derecho Público, en cuanto a que sus normas son irrenunciables por los consumidores, además, de que busca proteger los intereses generales de la sociedad.

Debemos entender como Orden Público: "la actuación individual y social del orden jurídico establecido en una sociedad. Si se respeta dicho orden, si tanto las Autoridades como los particulares lo acatan debidamente, entonces se produce el Orden Público, que en definitiva consiste en no violar las Leyes de Derecho Público". (10)

Ahora bien, la rama específica del Derecho Público a que corresponde la Ley Federal de Protección al Consumidor, es al Derecho Administrativo; carácter que le otorga el mismo Artículo 1º en su último párrafo de la Ley en comento: "Los derechos previstos en esta Ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales del Derecho, la analogía, las costumbres y la equidad". (11)

La citada Ley, encuadra en el Derecho Social, definiéndose éste, por la Maestra Chavez Padrón: ". . . el Derecho Social se traduce en un ordenamiento jurídico que reconoce la autonomía de un determinado grupo necesitado con características socioeconómicas, que se destaca con personalidad jurídica determinada, que rige su vida jurídica y garantiza la satisfacción de sus intereses". (12)

(10) Pallares, Eduardo "DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL CIVIL", Edit. Porrúa, S.A., 15a. Edic. pag. 584.

(11) Ley Federal de Protección al Consumidor, ob. cit.

(12) Chavez Padrón, Martha, "EL DERECHO AGRARIO EN MEXICO". Editorial Porrúa Hermanos, S. A., México 1982, Sexta Edición, pag. 124.

En esta materia el grupo social necesitado de protección, lo es la clase consumidora, integrada en su mayoría por la población misma, y en especial por los sectores desvalidos que carecen de una instrucción para defender sus derechos de aquellas personas que abusan de ellas.

Comenta la Lic. Jiménez C. : "Las nuevas ramas del Derecho Social, dentro de las cuales podemos ubicar a la protección al consumidor, parten de la premisa de que los sujetos de las relaciones de producción-consumo o patrón-trabajador, son desiguales y se encuentran en un plano de subordinación y desproporción. Por eso se explide todo un cuerpo jurídico tutelar del sujeto más débil o inferior a fin de poder elevarlo a un plano de igualdad frente a su contra-parte" (13); la idea de nivelar las relaciones contractuales celebradas entre proveedores y consumidores, constituye la protección social a que alude la autora.

Algunos juristas, como Barrera Graf, han pretendido encuadrar las relaciones de consumidores y proveedores como sujetos del Derecho Mercantil: ". . . debemos sostener categóricamente que el derecho del consumidor forma parte del Derecho Mercantil . . ." (14), lo anterior es erróneo, en atención a la afirmación que realiza la Lic. Jiménez C., ". . . La Ley Federal de Protección al Consumidor, recoge algunos preceptos que actualmente se encuentran dispersos en la legislación Civil y Mercantil" y "trata de dar unidad a esas normas y de ordenarlas dentro de un mismo cuerpo legislativo en el que se imprime una nueva naturaleza al lado de muchas otras disposiciones que regulan con carácter social actos de comercio y relaciones entre particulares.", agregando a su comentario: "

(13) Jiménez Codinach, María de Lourdes, "PROTECCION AL CONSUMIDOR JURIDICA, ANUARIO DEL DEPARTAMENTO DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA", México 1978, Pag. 321.
(14) Ob. Cit. Pag. 182.

... la relación productor-consumidor, o bien, comerciante-consumidor, es en efecto, una transacción de comercio, ya que al menos tomando en cuenta un lado de la relación, o sea, la del productor o intermediario, hay la intención o propósito de especulación y obtener un lucro." (15)

No debe confundirse la naturaleza social y de orden público de la Ley Federal de Protección al Consumidor, con la regulación de operaciones mercantiles contempladas por otras disposiciones jurídicas y regidas por principios diferentes.

En la exposición de motivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se establece que la citada Ley, surge ante la necesidad de proteger a la clase consumidora, la cual se encuentra desprotegida ante las actividades de los proveedores o comerciantes, sin embargo, es difícil determinar tajantemente que la Ley referida pertenece al Derecho Social, en virtud de que protege a toda la población consumidora, lo cual implica variedad de estratos sociales y algunos de ellos no son económicamente débiles.

Por todo lo comentado, podemos concluir, que la Naturaleza Jurídica de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es mixta, toda vez, que por una parte, pertenece al Derecho Público, específicamente al Derecho Administrativo, y por la otra, pertenece al Derecho Social.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, pertenece al Derecho Administrativo en razón de que se establecen normas que están destinadas a proteger los intereses de la sociedad, siendo necesaria la intervención del Estado para mediar las relaciones contractuales entre

(15) Ob. Cit. Pág. 320 y 331

los consumidores y proveedores.

Pertenece al Derecho Social, puesto que se caracteriza por su protección a grupos sociales débiles o económicamente desprotegidos, que requieren de la tutela directa del Estado en la celebración de operaciones de consumo y servicio.

D.- AMBITO DE VALIDEZ

El ámbito de validez de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se presenta en base a la competencia que la misma Ley otorga a la Procuraduría Federal del Consumidor.

Al respecto el Maestro Rafael de Pina, define la competencia: "como la potestad de un Órgano de Jurisdicción para ejercerla en un caso concreto. Llámese objetiva a la fundada en el valor del negocio o en su objetivo; funcional cuando es atribuida en atención a la participación asignada al órgano jurisdiccional en cada instancia o en relación a la existencia de los distintos tipos de proceso; territorial cuando se deriva de la situación especial del órgano. Idoneidad reconocida a un órgano de Autoridad para dar vida a determinados actos jurídicos". **(16)**

(16) De Pina, Rafael, "DICCIONARIO DE DERECHO", 10ª Edic. Edit. Porrúa, S.A., México 1984, Pág. 162.

Ahora bien, podemos definir a la competencia en sentido lato, como el ámbito, esfera o campo dentro del cual un órgano de Autoridad puede desempeñar válidamente sus atribuciones y funciones.

En este sentido, la Constitución Mexicana en su Artículo 16 establece que: "Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la Autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento." (17)

Esta referencia a la Autoridad competente engloba a cualquier tipo de Autoridad, ya sea legislativa, administrativa o judicial. El gobernado tiene con ello la garantía de que los actos de molestias para él, deben provenir siempre de una Autoridad competente, es decir, de una Autoridad que deba estar actuando dentro de este ámbito, esfera o campo, dentro de los cuales puede válidamente desarrollar o desempeñar sus atribuciones o funciones. Es el texto legal el que marca el ámbito competencial de cada órgano.

En sentido estricto, la competencia es, en realidad la medida del poder o facultad otorgada a un órgano jurisdiccional para entender de un determinado asunto, es decir, en el ámbito, esfera o campo, dentro de los cuales un determinado órgano jurisdiccional puede ejercer sus funciones.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, es el estatuto tutelar del consumidor, integrado por normas federales de Interés Social y de Orden Público en todo momento irrenunciables.

(17) Ob. Cit. Pág. 19.

La Ley en mención, enriquece el Derecho en México y contiene normas de Derecho Sustantivo y normas de Derecho Adjetivo.

El Derecho Privado observa el principio de igualdad entre las partes, destacando que existe libertad de contratación, sin embargo, el Derecho Social, contempla la presencia de desigualdades entre quienes contratan. Destaca el Derecho Proteccionista de la sociedad en desventaja que existiendo desigualdad entre los contratantes no puede haber equidad. Por ello transforma las relaciones entre particulares en un hecho social afectado de interés colectivo que justifica la participación del Estado.

El Artículo 21 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que: "El domicilio de la Procuraduría Federal del Consumidor será la Ciudad de México y establecerá Delegaciones en todas las entidades federativas. Los Tribunales Federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte."⁽¹⁰⁾

E.- ATRIBUCIONES

El Maestro Rafael de Pina, define al concepto de atribución como: "Cada una de las facultades que corresponden a una persona por razón de su cargo."⁽¹¹⁾

⁽¹⁰⁾ Ob. Cit. Pág. 15.

⁽¹¹⁾ De Pina, Rafael, Ob. Cit. Pág. 112.

En este sentido, las Atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, son las facultades que le fueron conferidas a dicha Institución para el desempeño de su función y la exacta aplicación de la Ley.

Las atribuciones de la PROFECO, se encuentran contenidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor en su Artículo 24 que a la letra dice:

"Artículo 24. La Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

I.- Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;

II.- Procurar y representar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan;

III.- Representar individualmente o en grupo, a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores;

IV.- Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;

V.- Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor;

VI.- Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores;

VII.- Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;

VIII.- Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y prestar asesoría a consumidores y proveedores;

IX.- Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;

X.- Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos;

XI.- Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta Ley;

XII.- Celebrar convenios y acuerdos de colaboración de (rectius, el) información con autoridades federales, estatales y municipales y entidades paraestatales, en beneficio de los consumidores;

XIII.- Vigilar y verificar el cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados o autorizados por la Secretaría y coordinarse con otras dependencias legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez, evitar duplicación de funciones;

XIV.- Vigilar y verificar el cumplimiento de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, Instructivos, garantías y especificaciones industriales, en los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;

XV.- Registrar los contratos de adhesión que lo requieran, cuando cumplan la normatividad aplicable, y organizar y llevar el Registro Público de Contratos de Adhesión;

XVI.- Procurar la solución de diferencias entre consumidores y proveedores conforme a los procedimientos establecidos en esta Ley;

XVII.- Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que sean de su conocimiento y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas que afecten los intereses de los consumidores;

XVIII.- Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría;

XIX.- Aplicar las sanciones establecidas en esta Ley;

XX.- Excitar a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores, y cuando lo considere pertinente publicar dicha excitativa; y

XXI.- Las demás que le confieran esta Ley y otros ordenamientos."**(20)**

El Doctor José Ovalle Favela, divide en tres grupos a las Atribuciones que se encuentran contenidas en la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor del 24 de Diciembre de 1992: "1) Aquellas que se encontraban previstas en la Ley de 1975, a las que podemos denominar **tradicionales**; 2) Las funciones que correspondieron al Instituto Nacional del Consumidor, y que, por la extinción por la fusión de dicho organismo con la Procuraduría, ahora se atribuyen a ésta **atribuciones ex-Inco**, y 3) Las **nuevas atribuciones** que contempla el artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente." **(21)**

(20) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. Págs. 16-18.

(21) Ovalle Favela, José, "COMENTARIOS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR", Mc.Graw - Hill/interamericana de México, S.A. de C.V., México, D.F. 1994, Págs. 53 - 57.

1.- Atribuciones Tradicionales

Las señaladas en la Fracción I del Artículo 24 de la Ley vigente que viene a ser la función esencial de la Procuraduría; en la Fracciones II y III donde se contienen las facultades para que la Procuraduría ejerza la representación y procuración de los consumidores ante los tribunales, las autoridades administrativas y los proveedores; la Fracción XIII que se refiere a las facultades de vigilancia y verificación, al cumplimiento de precios y tarifas acordadas, fijadas, registradas o autorizadas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI); La atribución al cumplimiento de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivos garantías y especificaciones industriales, conforme al procedimiento regulado por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; la atribución para registrar contratos de adhesión Fracción XV; la Fracción XVI, facultad de procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores, que se realiza normalmente a través del procedimiento conciliatorio; Fracción XVII, facultad para denunciar hechos que puedan constituir delitos o infracciones administrativas; Fracción XVIII, para promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores; por último la facultad más típica del Ombudsman del consumidor, la que tiene la Procuraduría para excitar a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas, para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores.

2.- Atribuciones Ex-INCO

Son las que se recogen de las Fracciones IV a IX, que son las funciones orientadoras, informativas, de difusión, educativas y de investigación que permitirán a la Procuraduría contribuir a prevenir los conflictos, esto es, que en medida en que la Procuraduría proporcione información objetiva sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado; difunda los derechos del consumidor y realice programas educativos y de capacitación para conformar una cultura del consumo racional, estará proveyendo a los consumidores de elementos de juicio para evitar el conflicto o para que éste surja en la forma menos desfavorable posible.

3.- Nuevas Atribuciones

La de actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos Fracción X; y celebrar convenios y acuerdos de colaboración e información con autoridades federales, estatales y municipales y entidades paraestatales, en beneficio de los consumidores Fracción XII.

Conviene tener presente, que dos nuevas atribuciones importantes de la Procuraduría se consignan fuera del Artículo 24:

- 1) Acciones de grupo Artículo 26; y
- 2) La suspensión de la publicidad que viole las disposiciones de la Ley Artículo 35.

CAPITULO II

LOS DERECHOS BASICOS DEL CONSUMIDOR PREVISTOS EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

- A.- CAPITULO III DE LA INFORMACION Y PUBLICIDAD**
- B.- CAPITULO IV DE LAS PROMOCIONES Y OFERTAS**
- C.- CAPITULO V DE LAS VENTAS A DOMICILIO MEDIATAS O INDIRECTAS**
- D.- CAPITULO VI DE LOS SERVICIOS**
- E.- CAPITULO VII DE LAS OPERACIONES A CREDITO**
- F.- CAPITULO VIII DE LAS OPERACIONES CON INMUEBLES**
- G.- CAPITULO IX DE LAS GARANTIAS**
- H.- CAPITULO X DE LOS CONTRATOS DE ADHESION**
- I.- CAPITULO XI DEL INCUMPLIMIENTO**
- J.- CAPITULO XII DE LA VIGILANCIA Y VERIFICACION**
- K.- ANALISIS**

CAPITULO II

LOS DERECHOS BASICOS DEL CONSUMIDOR PREVISTOS EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

A.- CAPITULO III DE LA INFORMACION Y PUBLICIDAD

Los objetos regulados por el Capítulo III, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, son la Información y la Publicidad relativos a bienes y servicios.

El presente Capítulo se compone de 14 Artículos, que para su estudio los llamaremos de la siguiente manera:

Artículo 32.- Requisitos de la Información y Publicidad

- Artículo 33.- Información de Productos Importados**
- Artículo 34.- Uso del Idioma Español y de la Moneda Nacional**
- Artículo 35.- Suspensión de la Publicidad**
- Artículo 36.- Cobros por Medios de Comunicación Social**
- Artículo 37.- Consecuencias de la Falta de Veracidad**
- Artículo 38.- Restricciones para el uso de Bienes y Servicios**
- Artículo 39.- Productos Usados y Reconstruidos**
- Artículo 40.- Utilización de las expresiones "Garantía" o "Garantizado"**
- Artículo 41.- Productos y servicios Peligrosos**
- Artículo 42.- Cumplimiento de lo Ofrecido**
- Artículo 43.- Negativa o Condicionamiento de Venta de Bienes o de Prestación de Servicios.**
- Artículo 44.- Información Sobre Productos, Marcas, Servicios o Empresas.**
- Artículo 45.- Colusión entre Proveedores para Restringir Información.**

La información sobre bienes y servicios normalmente se da a conocer por medio de los propios productos, sus etiquetas o en vases y, en general, por medio de comunicaciones dirigidas directamente a los consumidores de esos bienes y servicios, asimismo llevan un mensaje de invitación o sugerencia para que el consumidor obtenga o utilice los bienes o servicios anunciados.

La publicidad también puede hacerse llegar a los consumidores por medios de comunicación directos.

La regulación que de la publicidad hace el Capítulo III de la Ley Federal de Protección al Consumidor, busca básicamente proteger los intereses de los consumidores, para evitar que la publicidad los lesione en las relaciones de consumo.

Por esta razón, podemos considerar al Artículo 32 de la Ley de la Materia, como el artículo de los requisitos de la información y la publicidad, ya que exige que la publicidad reúna tres requisitos fundamentales:

- 1) Que sea veraz, es decir, que los datos que contenga sean verdaderos, fidedignos, que correspondan a las condiciones reales de los bienes o servicios anunciados.
- 2) Que sea comprobable, lo que significa que las características de los productos y servicios anunciados deben ser susceptibles de verificación y de confirmación.
- 3) Que sea precisa, por lo que establece el propio artículo, que la publicidad deberá estar exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por su inexactitud.

Estos requisitos fundamentales, tienen como sustento la exigencia de que se aplique a la publicidad el principio general de la buena fe, conforme al cual no debe tener cabida la publicidad engañosa o abusiva.

Al respecto, el Maestro José Antonio García-Cruces G., define a la publicidad engañosa como: "Toda publicidad que, de una manera cualquiera, incluida su presentación, induce a error o puede inducir a error a las personas a las que se dirige o afecte, y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico o que perjudica o es capaz de perjudicar a su competidor." (22)

(22) García-Cruces Gonzalez, José Antonio, "DERECHO COMUNITARIO Y DERECHO DEL CONSUMO", Revista del Derecho Mercantil, Madrid, No. 192, Abril-Junio de 1989, Pag. 334.

El primer elemento de esta definición, consiste en que la publicidad induzca o pueda inducir a error al consumidor; es decir, es publicidad engañosa tanto la que hace caer en un error al consumidor respecto de los elementos esenciales del producto o del servicio (naturaleza, composición, propiedades, calidad, fecha de fabricación y vencimiento, etc.), como la que tiene la aptitud de hacer caer en ese error independientemente de que se logre o no éste resultado.

Por lo que respecta a la Información de Productos Importados, el Artículo 33 exige que en ella se exprese el lugar de origen de los productos y, en su caso, los lugares donde puedan repararse.

En este sentido, debemos tener presente lo que establece el Artículo 79 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que prevé que el cumplimiento de las garantías es exigible, indistintamente, al productor y al importador del bien o servicio, así como al distribuidor, aunque señala como salvedad, los casos en que alguno de ellos o algún tercero asuma por escrito la obligación, esto es, que se proporcione al consumidor un medio razonable para hacer efectiva la garantía.

Para finalizar sobre la información de productos importados, cabe señalar que las instrucciones para el uso de los productos importados deben expresarse en idioma español, y las garantías deben ser otorgadas conforme a lo que dispone la Ley Federal de Protección al Consumidor en sus Artículos 77 a 84.

Es importante establecer la relación que existe entre los Artículos 33 y 34 de la Ley, ya que, mientras que el primero establece la información de los productos importados, el segundo establece el uso del idioma español y de la moneda nacional.

Asimismo, debemos tener presente que uno de los derechos básicos del consumidor, es reconocido en el Artículo 1º Fracción III: "es el de que se le proporcione Información adecuada y clara sobre los productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como, sobre los riesgos que representan." (23)

En este orden de ideas, el requisito del uso del idioma español tiene por objeto facilitar al consumidor el conocimiento de los datos relativos a las características y propiedades de los productos de procedencia, tanto nacional como extranjera, por lo que esta condición es exigible también a los instructivos o manuales para el uso de dichos bienes.

Asimismo, el precio debe expresarse en moneda nacional, porque así lo exige el Artículo 34 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no obstante de que el Artículo 8º de la Ley Monetaria, permite que se contraigan obligaciones de pago en moneda extranjera, las cuales pueden ser solventadas entregando el equivalente en moneda nacional al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se haga el pago.

Por lo que respecta a los sistemas de medida, el único legal y de uso obligatorio es el Sistema General de Unidades de Medida, de acuerdo a lo que establece el Artículo 5º de la Ley Federal de Metrología y Normalización, numeral que en su segundo párrafo establece que: "El Sistema General de Unidades de Medida se integra, entre otras, con las unidades básicas del Sistema Internacional de Unidades: de longitud, el

(23) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. Pág. 9

metro; de masa, el kilogramo; de tiempo, el segundo; de Temperatura Termodinámica, el kelvin; de Intensidad de corriente eléctrica, el ampere; de intensidad luminosa, la candela; y de cantidad de sustancia, el mol; así como con las suplementarias, las derivadas de las unidades base y los múltiplos y submúltiplos de todas ellas, que apruebe la Conferencia General de Pesas y Medidas, y se prevean en las Normas Oficiales Mexicanas". (24)

Al respecto, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, con fundamento en los Artículos 19 y 34 de la Ley Federal de Protección al Consumidor ha expedido las siguientes Normas Oficiales Mexicanas, relativas a la información comercial y etiquetado que deben ostentar los bienes y servicios:

- 1) NOM - 004 - SCFI - 1993: Información Comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios (DOF 13 de Octubre de 1993).
- 2) NOM - 017 - SCFI - 1993: Información Comercial-Etiquetado de artículos reconstruidos, usados o de segunda mano, de segunda línea, discontinuados y fuera de especificaciones (DOF 29 de Octubre de 1993).
- 3) NOM - 020 - SCFI - 1993: Información Comercial-Etiquetado de cueros y pieles curtidas naturales y materiales artificiales con esa apariencia, calzado así como los productos elaborados con dichos materiales (DOF 14 de Octubre de 1993).
- 4) NOM - 024 - SCFI - 1993: Información Comercial-Aparatos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos-Instructivos y garantías para los

(24) Ley Federal Sobre Metrología y Normalización.

productos de fabricación nacional o importados (DOF 29 de Octubre de 1993)

5) NOM - 028 - SCFI - 1993: Información Comercial-Criterios de Información sobre promociones coleccionables y en las que interviene el azar (DOF 7 de Enero de 1994).

6) NOM - 029 - SCFI - 1993: Información Comercial-Elementos normativos del servicio de tiempo compartido (DOF 30 de Noviembre de 1993; aclaración DOF 3 de Diciembre de 1993).

7) NOM - 030 - SCFI - 1993: Información Comercial- Declaraciones de cantidad en la etiqueta-Especificaciones (DOF 29 de Octubre de 1993; aclaración y modificación DOF 30 de Noviembre de 1993).

8) NOM - 032 - SCFI - 1993: Información Comercial-Brandy-Bebida alcohólica (DOF 17 de Diciembre de 1993).

9) NOM - EM - 004 - SCFI - 1994: Establece las características y uso de la contraseña oficial (DOF 14 de Junio de 1994).

10) NOM - 033 - SCFI - 1994: Información Comercial-Alhajas o artículos de oro, plata, platino o paladio-Especificaciones y métodos de prueba (DOF 12 de Julio de 1994).

11) NOM - 035 - SCFI - 1994: Criterios de Información para los sistemas de ventas fuera de local comercial (DOF 1 de Julio de 1994).

Por lo que se refiere a la Suspensión de la Publicidad, que establece el Artículo 35 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y tomando en cuenta la importancia y trascendencia que puede tener la publicidad comercial en las relaciones de consumo, la Ley en comento, faculta a la Procuraduría Federal del Consumidor, para ordenar al proveedor que suspenda la publicidad que viole las disposiciones de la

propia Ley y, en su caso, para que realice la publicidad correctiva en la forma que la Procuraduría estime suficiente.

Como lo hemos señalado en renglones anteriores, la suspensión de la publicidad que establece el Artículo 35 de la Ley, es una nueva atribución en defensa de los consumidores.

En este sentido, es importante recalcar que las medidas contempladas en las Fracciones I; II y III, del citado artículo, No se ubican dentro de los medios de apremio ni de las sanciones administrativas; toda vez, que los medios de apremio tienen la finalidad de hacer cumplir coactivamente las determinaciones de la Autoridad administrativa, y las sanciones son las que se imponen para castigar o reprimir al particular que incurre en una infracción a las Leyes administrativas.

Al respecto, el Maestro Héctor Jorge Escola, establece que: "Las medidas que se prevén en las Fracciones I,II y III no persiguen una finalidad coactiva (medio de apremio),ni una finalidad sancionadora o represiva (sanción administrativa), sino que se ubican, dentro de lo que la doctrina administrativa denomina medidas preventivas o cautelares, que tienen por objeto evitar que se infrinja la Ley o que se continúe infringiendo, y son independientes de las sanciones administrativas a que se pueda haber hecho acreedora la persona responsable de la infracción." (25)

(25) Escola, Héctor Jorge, "COMPENDIO DE DERECHO ADMINISTRATIVO"; Edit. Depalma, Buenos Aires 1990, Vol. II Pag. 883.

Estas medidas preventivas o de seguridad son diferentes de las sanciones administrativas, y es claro que para que puedan decretarse es necesario otorgar la Garantía de Audiencia a los probables infractores, en los términos establecidos por el Artículo 14 Constitucional.

El supuesto en que debe basarse el ejercicio de estas atribuciones por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, consiste en que algún proveedor haga uso de publicidad que viole las disposiciones de la Ley; es decir, que no sea veraz, comprobable, que contenga textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud (artículo 32); que no se exprese en idioma español, en moneda nacional o en términos comprensibles y legibles conforme al sistema general de unidades de medida (artículo 34); etc.

Por lo que toca a las Consecuencias de la Falta de Veracidad y los Cobros por medio de Comunicación Social, a que se refieren los Artículos 36 y 37 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la finalidad del primero consiste en evitar que se dañe la imagen o se lesione la dignidad del consumidor a través de este tipo de cobros, ya que deben hacerse exclusivamente por los medios legales; por otro lado el segundo artículo, señala la independencia que existe entre las sanciones administrativas aplicables a los proveedores que incurran en la falta de veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones prometidas u ofrecidas, y el derecho que tienen los consumidores afectados para exigir el cumplimiento de lo ofrecido, e inclusive, la reposición de los gastos efectuados y, en su caso, el pago de daños y perjuicios.

La falta de veracidad se refiere tanto a la información como a la publicidad.

Ahora bien, en cuanto a los artículos 38 y 39, relativos a las restricciones para el Uso de Bienes y Servicios, así como a los Productos Usados o Reconstruïdos, debemos apuntar que guardan una relación estrecha, toda vez, que la finalidad de dichos preceptos estriba en que los consumidores puedan conocer, en la forma más clara y precisa posible, las restricciones o limitaciones que puedan tener los bienes y servicios en cuanto a su uso o utilización; lo anterior a través de las leyendas que deberán hacerse patentes en forma clara, veraz y sin ambigüedades, en los propios bienes, envolturas, notas de remisión o facturas correspondientes.

El Artículo 40 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, impone al proveedor el deber de utilizar las palabras "garantías" y "garantizado", con el significado que tienen dentro de la Ley en comento.

En este sentido, pocas palabras como la de garantía, tienen tantos significados en el lenguaje jurídico, entre otras, las siguientes acepciones:

- 1) En el Derecho Constitucional, esta palabra suele emplearse para designar tanto a los derechos fundamentales de la persona previstos en la Constitución "garantías individuales", así como los instrumentos procesales establecidos para hacer efectivos esos derechos "garantías constitucionales".
- 2) En el Derecho Privado, se llaman garantías a los actos jurídicos por medio de los cuales se asegura el cumplimiento de una obligación, ya

sea con base en la responsabilidad asumida por una persona (garantía personal, como la fianza, el aval), o ya sea afectando un bien para tal fin (garantía real, como la prenda, la hipoteca, el fideicomiso de garantía, el depósito).

3) En la Ley Federal de Protección al Consumidor la palabra garantía se utiliza para designar el acto jurídico (normalmente expresado en una póliza), a través del cual el proveedor asume ante el consumidor la obligación de efectuar todas las reparaciones que requieran los bienes enajenados, arrendados u objeto del servicio para su utilización normal, durante un plazo determinado.

La Ley exige al proveedor que sólo utilice la palabra garantía o garantizado, cuando efectivamente asuma la obligación mencionada, en cuyo caso debe precisar en qué consisten los servicios específicos de reparación y la forma en que el consumidor exigirá el cumplimiento de las obligaciones asumidas por el proveedor.

Las garantías que ofrezca el proveedor en todo caso deberán cumplir con lo dispuesto en los artículos 77 a 83 de la Ley en comento, asimismo no hay que olvidar que este tema en particular forma parte de nuestro estudio, por lo que lo analizaremos en su momento oportuno.

El Artículo 41 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a los Productos o Servicios Peligrosos, impone al proveedor el deber de proporcionar al consumidor instructivos sobre las características nocivas de productos o servicios, cuando éstos se encuentren en alguna de las siguientes hipótesis:

- 1) Que de conformidad con las disposiciones aplicables, se consideren potencialmente peligrosos para el consumidor o lesivos para el medio ambiente.**
- 2) Que se trate de bienes o servicios cuya peligrosidad sea previsible por sí misma, sin necesidad de que una disposición específica así lo determine.**

De acuerdo a las disposiciones del presente artículo, el proveedor que no cumpla con este deber, se hace acreedor a la sanción administrativa prevista en el Artículo 127 de la Ley en Cita, independientemente de ella, deberá responder de los daños y perjuicios ocasionados que su omisión cause al consumidor.

Para hablar del Cumplimiento de lo Ofrecido que establece el Artículo 42 de la Ley en Comento , es necesario establecer que el proveedor hace una declaración unilateral de voluntad, que como es sabido, es una de las fuentes de las obligaciones; declaración que nace a través de la publicidad o información difundida y que éste asume la obligación de enajenar o de arrendar bienes o de proporcionar servicios con ciertas características y bajo determinadas condiciones.

Por esta declaración unilateral de voluntad, el proveedor asume la obligación de proporcionar los bienes y servicios a todos aquellos consumidores que satisfagan los términos y condiciones señalados en la publicidad o en la información, y como consecuencia de ésta, cuando algún consumidor acepte y satisfaga dichos términos y condiciones, el proveedor tendrá la obligación de entregar el bien o prestar el servicio, precisamente en esos términos y condiciones ofrecidas.

Ahora bien, en cuanto a la Negativa o Condicionamiento de Venta de Bienes o de Prestación de Servicios, que establece el Artículo 43 de la Ley de la Materia, parte de la premisa de la obligación de los proveedores y sus dependientes de vender o arrendar los bienes o de prestar los servicios que tengan en existencia o que proporcionen normalmente. Esta es una obligación que asumen los proveedores por el hecho de tener un establecimiento abierto, lo cual implica una declaración unilateral de voluntad, que les obliga a realizar las operaciones propias de su giro.

En razón de ésta obligación que tienen los proveedores, el Artículo 43 prohíbe a aquéllos y a sus dependientes que se nieguen a vender o rentar a los consumidores bienes que tengan en existencia o a proporcionarles los servicios que normalmente presten.

Se debe tener presente que el incumplimiento de ésta obligación por parte de los proveedores puede dar lugar no sólo a la responsabilidad civil (reparación de los daños y perjuicios causados) y administrativa (imposición de la sanción prevista por el artículo 127 de la Ley Federal de Protección al Consumidor), sino que, la injustificada negativa de venta de artículos de consumo necesario o generalizado, de materias primas necesarias para elaborarlos o de materias primas esenciales para la actividad de la industria nacional, cuando tengan como finalidad obtener un alza en los precios o afectar el abasto a los consumidores, puede llegar a configurar un delito contra el consumo y la riqueza nacional tipificado en el Código Penal para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal.

"En la doctrina se distingue entre los contratos de cumplimiento instantáneo, que son aquéllos en los que las prestaciones son ejecutadas de manera inmediata por las partes, y los contratos duraderos o durables, que son aquéllos en los que las prestaciones se prolongan durante un tiempo determinado." (26)

"Si la prestación es una sola pero se prolonga sin interrupción por un cierto período, se habla entonces de cumplimiento continuado; si en cambio las prestaciones son varias, de tal modo que, en vez de sucederse unas tras otras sin solución de continuidad, deben repetirse con ciertos intervalos de tiempo, se considera que el contrato es de cumplimiento periódico o de tracto sucesivo." (27)

Ejemplos: contrato de ejecución instantánea; compraventa de contado; de cumplimiento continuado; el de arrendamiento.

En lo relativo a la Información sobre Productos, Marcas, Servicios o Empresas, que establece el Artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es evidente que si la Procuraduría Federal del Consumidor tiene, entre otras atribuciones, las de elaborar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios, y de hacer estudios sobre calidad de los mismo (Artículo 24, Fracciones IV y XI), lo más lógico es que debe hacer del conocimiento de los consumidores esa información y los resultados de sus estudios, pues de otra manera no cumpliría sus atribuciones, ya que la única forma de que la Procuraduría puede cumplirlas, es haciendo referencia precisa a los productos, marcas, servicios o empresas.

(26) Branca, Guiseppe, "INSTITUCIONES DE DERECHO PRIVADO", Trad. Pablo Macedo, México 1978, Págs. 393-394

(27) Sánchez Medel, Ramón, "DE LOS CONTRATOS CIVILES", Edit. Porrúa, México 1993, Págs. 114-115.

Este artículo, autoriza a la Procuraduría a que lleve a cabo el tipo de referencias específicas y la publicación periódica de los resultados de las investigaciones que realiza.

Por último, el Artículo 45 relativo a la Colusión entre Proveedores para Restringir Información, tiene su justificación en el hecho de que la prohibición de las conductas vienen a infringir el derecho básico que tienen los consumidores a recibir la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen, de acuerdo con lo que dispone el Artículo 1º, Fracción III, de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

B.- CAPITULO IV DE LAS PROMOCIONES Y OFERTAS

El Capítulo IV de la Ley Federal de Protección al Consumidor consta de 5 Artículos, que para nuestro estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 46.- Definiciones

Artículo 47.- Autorización de Promociones

Artículo 48.- Requisitos de las Promociones y Ofertas

Artículo 49.- Precio en las Promociones

Artículo 50.- Incumplimiento de la Promoción u Oferta

El Artículo 46 de la Ley Federal de Protección al Consumidor califica a las Promociones como: las prácticas comerciales en las que se ofrecen al público bienes o servicios con un contenido adicional al que normalmente les corresponde; a la expresión Oferta (que también se le llama barata, descuento o remate) se emplea para calificar al ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios inferiores a los normales del establecimiento.

Los términos promociones y ofertas son utilizados de acuerdo a su significado comercial, ya que estas definiciones no corresponden a su sentido jurídico.

Desde su punto de vista jurídico, tanto las promociones como las ofertas, son declaraciones unilaterales de voluntad expresadas por los proveedores, por lo que ambas pueden ser consideradas jurídicamente como ofertas u ofrecimientos; sin embargo, la distinción se basa fundamentalmente en los usos comerciales de estas dos palabras.

Además de las disposiciones contenidas en el Capítulo IV de la Ley en comento, también regulan esta materia el Reglamento sobre Promociones y Ofertas publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 26 de Septiembre de 1990, el cual se encuentra en vigor en los términos previstos en el segundo párrafo del Artículo 2º transitorio de la Ley Federal de Protección al Consumidor; así como la Norma Oficial Mexicana NOM-028-SCFI-1993, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 7 de Enero de 1994, bajo el título "Información comercial-Criterios de información sobre promociones coleccionables y en la que interviene el azar".

En la citada norma se define a las promociones coleccionables como "aquellas cuyo incentivo consista en la Integración de colecciones o series de etiquetas, envolturas, empaques, cupones, tapas, estampas, Juegos o cualquiera otro similar"; y "aquellas en las que el derecho al incentivo se condicione a la Integración de colecciones o series de etiqueta, envolturas, tapas, empaques, cupones o cualesquiera otro similar". A las promociones en las que interviene el azar se les define como "aquellas en las que mediante la adquisición de un bien o un servicio, el incentivo consista en participar en cualquier evento en que intervenga el azar a través de un boleto, estampa, tapa, etiqueta, envoltura, empaque o cualesquiera otro similar".

El Artículo 47 de la Ley de la Materia, relativo a la Autorización de Promociones, establece como regla general que NO se necesitará autorización para llevar a cabo las promociones; sin embargo, exceptúa los casos en que así lo determinen las Normas Oficiales Mexicanas que compete expedir a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, cuando se lesionen o se puedan lesionar los intereses de los consumidores.

En el Artículo 48 de la Ley en comento, relativo a los Requisitos de las Promociones y Ofertas, se señalan los requisitos mínimos de contenido que deben satisfacer los anuncios sobre promociones y ofertas. En ellos debe indicarse las condiciones específicas en que consista la promoción y la oferta y el plazo de duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos.

Como las promociones y ofertas constituyen una declaración unilateral de voluntad de los proveedores, una vez hechas del

conocimiento de los consumidores, éstos tienen el derecho a adquirir los bienes y servicios de que se trate, en las condiciones, plazo de duración y disponibilidad indicados en los anuncios.

En lo relativo al Precio de las Promociones que establece el Artículo 49 de la Ley de la Materia, en relación al Artículo 46 del mismo ordenamiento legal, resulta claro que en la promoción NO se debe aumentar el precio, sino ofrecer un contenido adicional, el cual por ningún motivo debe significar un incremento real en el precio normal del producto o del servicio, considerando incluso el precio del contenido adicional, si éste no se otorga en forma gratuita, como debiera ser la regla.

El Artículo 50 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo al Incumplimiento de la Promoción u Oferta, es el de mayor importancia dentro de éste Capítulo, toda vez, que otorga al consumidor afectado por el incumplimiento del proveedor en una promoción o en una oferta, alguna de las siguientes opciones:

- 1.- Exigir el cumplimiento de la promoción u oferta en los términos anunciados por el proveedor, así como el pago de los daños y perjuicios ocasionados por el incumplimiento.**
- 2.- Aceptar otro bien o servicio equivalente, con el pago de los daños y perjuicios que se le hubieran causado.**
- 3.- Rescindir el contrato por el incumplimiento del proveedor, para lo cual se le deberán devolver las cantidades que hubiere entregado y se le deberán cubrir los respectivos daños y perjuicios.**

Cabe aclarar, que estas tres opciones que el Artículo 50 confiere al consumidor son independientes de la sanción que se deberá aplicar al

proveedor, en los términos establecidos por el Artículo 127, de la Ley de la Materia.

C.- CAPITULO V DE LAS VENTAS A DOMICILIO MEDIATAS O INDIRECTAS

El presente Capítulo se compone de 6 Artículos, los cuales para su estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 51.- Contratos Celebrados Fuera del Local Comercial

Artículo 52.- Requisitos

Artículo 53.- Contratos Celebrados en Forma Indirecta

Artículo 54.- Cobro con Cargo a una Cuenta Corriente

Artículo 55.- Registro de las Operaciones

Artículo 56.- Perfeccionamiento del Contrato y Revocación del Consentimiento.

Antes de entrar al objeto de nuestro estudio, sobre los Contratos Celebrados Fuera del Local Comercial, que dispone el Artículo 51 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, debemos conocer lo que se entiende por ventas a domicilio, mediata o indirecta que establece el propio Artículo:

"Es aquella que se propone o se lleva a cabo fuera del local o establecimiento del proveedor, incluidos el arrendamiento de muebles y la prestación de servicios".

La característica común de todos estos tipos de contratos consiste en que, por un lado, es el proveedor quien toma la iniciativa para proponerlo, en condiciones que él conoce y domina y el consumidor normalmente desconoce; por el otro lado, el consumidor por regla general no se encuentra preparado para discutir los términos de la propuesta ni para comparar la calidad y el precio de los bienes o servicios en el mercado. Hay, por tanto, una situación previa por parte del proveedor y otra de sorpresa y desconocimiento por parte del consumidor.

Estas circunstancias han llevado a la necesidad de que las leyes de protección al consumidor establezcan que esta clase de contratos no se perfeccionan de inmediato con el consentimiento que pueda otorgar el consumidor, sino que otorgan a este último un plazo al que se suele denominar de reflexión, dentro del cual el consumidor puede revocar válidamente su consentimiento sin responsabilidad alguna.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor se denomina a estos contratos mediatos, porque su perfeccionamiento se realiza hasta dentro de los 5 días hábiles siguientes, en los términos indicados en el Artículo 56. También se denominan indirectos porque no se pueden realizar por medios que excluyen la comunicación directa o personal entre el proveedor y el consumidor, como es el caso de la televisión, el correo, la mensajería o cualquier otro en el que no exista trato directo con el consumidor (Artículo 53).

Al respecto la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, expide la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994 "Criterios de Información para los sistemas de ventas fuera del local comercio".

Ahora bien, las características de los contratos celebrados fuera del local comercial, son las siguientes:

- 1.- La operación debe ser propuesta por el proveedor
- 2.- La operación debe ser propuesta o llevarse a cabo precisamente fuera del local o establecimiento del proveedor.
- 3.- El régimen de los contratos a domicilio, mediatos, indirectos o celebrados fuera del local comercial ya no protege exclusivamente a personas físicas, su aplicación sólo puede hacerse a consumidores finales, en virtud de que el Artículo 2º, Fracción I de la Ley de la Materia, delimita el concepto de consumidor a este tipo de consumidores y excluye de manera expresa al consumidor intermedio.
- 4.- El contrato debe celebrarse por escrito y satisfacer los requisitos que establece el Artículo 52.
- 5.- El contrato se perfecciona a los 5 días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda, esto es, que durante este plazo el consumidor tiene la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna (Artículo 56).

Los Requisitos para la celebración de estos contratos, los establece el Artículo 52 de la Ley en Cita, que a la letra dice:

"Artículo 52: Las ventas a que se refiere este capítulo deberán constar por escrito que deberán contener:

- I.- El nombre y dirección del proveedor e identificación de la operación y de los bienes y servicios de que se trate; y
- II.- Garantías y requisitos señalados por esta Ley.

El proveedor está obligado a entregar al consumidor una copia del documento respectivo."**(28)**

Por razones de Seguridad Jurídica y Equidad, es pertinente señalar, que además de estos requisitos que establece el Artículo 52, los contratos deben de contener los requisitos que establecía el Artículo 47 de la Ley de 1975:

- 1) Las condiciones de ejecución del contrato
- 2) El precio y, en su caso, las condiciones bajo las cuales se otorgase el crédito, y
- 3) La facultad del consumidor para revocar su consentimiento.

Asimismo, en cuanto a la obligación del proveedor de entregar al consumidor una copia del contrato; debemos entender, que se trata de una copia con firma autógrafa del proveedor y del consumidor, pues cualquier otro tipo de copia, dejaría en estado de indefensión al consumidor y no garantizaría su Seguridad Jurídica.

Por lo que respecta a los Contratos Celebrados en forma Indirecta, que establece el Artículo 53 de la Ley de la Materia, son denominados de esta manera, pues en sentido estricto, no se celebran en forma directa o personal entre el proveedor y el consumidor.

Ahora bien, entre otros medios indirectos, el Artículo objeto de nuestro estudio, hace referencia al teléfono, la televisión y los servicios de correo o mensajería.

Debemos tener presente, lo dispuesto en el primer párrafo del Artículo en cita, toda vez, que claramente señala que se trata de medios que hacen imposible la entrega del documento al celebrarse la

(28) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. Pág 27.

"transacción" (rectius, el contrato), lo cual significa, que la entrega del documento no debe hacerse al momento de celebrarse el contrato, pero no se releva al proveedor la obligación que tiene de entregar el documento posteriormente, así como también conserva la obligación de entregar al consumidor la factura, recibo o comprobante, en los términos previstos por la Ley.

Por lo que toca al Artículo 54, relativo al Cobro con Cargo a una Cuenta Corriente, el presente Artículo, exige que en este caso se debe advertir claramente al consumidor esta forma de pago, y que esta advertencia debe de ser hecha en la publicidad, en el medio a través del cual se celebre el contrato o en el recibo correspondiente.

En este sentido, debemos considerar lo que establece el Artículo 15 de la Ley:

"Artículo 15: Cuando el cobro se haga mediante cargo directo a una cuenta de crédito, débito o similar del consumidor, el cargo no podrá efectuarse sino hasta la entrega del bien, o la prestación, excepto cuando exista consentimiento expreso del consumidor para que estas se realicen posteriormente." (20)

El Artículo 55, de la Ley de la Materia, relativo al Registro de las Operaciones, es en el sentido de mantener los registros e informar al consumidor todo lo necesario para que pueda identificar individualmente la transacción (rectius, el contrato) y cerciorarse de la identidad del consumidor; en este sentido debemos reiterar que ésta obligación impuesta al proveedor, no lo releva de las obligaciones establecidas por los Artículos 12 y 52, de la Ley en Cita, relativos a la

(20) Ob. Cit., Pág. 12.

obligación que tienen los proveedores de entregar facturas, recibos o comprobantes donde conste la operación realizada, independientemente de lo dispuesto por la legislación fiscal, así como, los requisitos para celebrar los contratos a que se refiere éste Capítulo, relativo de las ventas a domicilio mediatas o indirectas, respectivamente.

Por último, en cuanto al Perfeccionamiento del Contrato y Revocación del Consentimiento, que dispone el Artículo 56, en él se establece el plazo de reflexión de 5 días hábiles, que ya hemos señalado, y que para su estudio lo dividiremos en dos puntos: 1) Cómputo del plazo de reflexión, y 2) Perfeccionamiento del contrato.

1) Cómputo del Plazo de Reflexión.

En el artículo 56 se señala que los 5 días hábiles se contarán a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda. Cuando el contrato se refiera a bienes, el plazo de reflexión empezará a correr a partir de la fecha en que se haya verificado el último de estos dos eventos.

Cuando se trate de prestación de servicios, el plazo de reflexión deberá computarse a partir de la firma del contrato respectivo.

Esta Interpretación ha quedado confirmada en el inciso "a" del punto 3.1.7. de la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994, "Criterios de información para los sistemas de ventas fuera de local comercial" (DOF del 1º de Julio de 1994).

2) Perfeccionamiento del Contrato.

Al plazo de reflexión se denomina de esta manera, por que confiere al consumidor un tiempo para que pueda valorar las características del bien o del servicio objeto del contrato y su precio en relación con los demás bienes y servicios equivalentes que se ofrezcan en el mercado; pero sobre todo, para que su decisión obedezca a sus propias necesidades, gustos personales y corresponda a sus posibilidades reales de pago, ya que por las condiciones especiales en que se propone el contrato (fuera del establecimiento del proveedor o por medios indirectos), su decisión carezca de reflexión y de la racionalidad necesaria.

En este sentido, el contrato a domicilio, mediato o indirecto no se perfecciona por el consentimiento que las partes otorguen al momento de su celebración.

El consentimiento del proveedor surte sus efectos desde que se exterioriza en la operación inicial; pero el consentimiento del consumidor no surte sus efectos sino hasta que transcurre el plazo de 5 días hábiles a que se ha hecho referencia.

En consecuencia el consumidor, durante el plazo de reflexión, podrá revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna, siempre y cuando cumpla con los requisitos que establece el artículo en comento, esto es, que la revocación se haga mediante aviso (por escrito para que quede constancia), la entrega del bien en forma personal (también debe quedar constancia por escrito con el correspondiente recibo), por correo registrado o por otro medio fehaciente.

D.- CAPITULO VI DE LOS SERVICIOS

El Capítulo VI de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se comprende de los Artículos 57 a 65, y que para su estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 57.- Tarifa

Artículo 58.- Prohibición de Discriminación de Consumidores

Artículo 59.- Presupuestos del Servicio

Artículo 60.- Obligación de Emplear Partes y Refacciones Nuevas y Apropiadas

Artículo 61.- Indemnización por Pérdida o Deterioro del Bien

Artículo 62.- Factura por el Servicio

Artículo 63.- Sistemas de Autofinanciamiento

Artículo 64.- Servicio de Tiempo Compartido

Artículo 65.- Contrato para la Prestación del Servicio de Tiempo Compartido

En cuanto al primer Artículo, relativo a la Tarifa, debemos entender que todo proveedor esta obligado a exhibirla a la vista del público de los principales servicios que presta, con caracteres claramente legibles, asimismo, deberá tener disponible la tarifa de los servicios secundarios que realice.

Así, este Artículo, es uno de los principales derechos básicos del consumidor, para que no se dejen sorprender de los proveedores con los cobros adicionales que les presentan.

La finalidad principal del Artículo 58 de la Ley de la Materia, relativo a la Prohibición de Discriminación de Consumidores consiste, en primer término, en exigir que los proveedores cumplan con la declaración unilateral de voluntad que implica el ofrecimiento al público de los bienes y servicios; y en segundo término, en evitar que los proveedores se niegen a cumplir con esta declaración unilateral de voluntad con base a criterios discriminatorios, como son aquellos que se sustentan exclusivamente en la apariencia física del consumidor, en que éste se exprese en determinado idioma extranjero, o en otros elementos meramente subjetivos que dejan al arbitrio del proveedor el cumplir o no con su ofrecimiento al público.

En este sentido, la llamada "reserva del derecho de admisión", atenta contra el objetivo de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que consiste en guardar la Equidad y Seguridad Jurídica entre las relaciones de consumidores y proveedores, que establece en su Artículo 1º. Por otra parte, el Artículo 58 de la Ley, excluye estos criterios subjetivos y discriminatorios.

Asimismo, dicho artículo, autoriza al proveedor para negar la venta de bienes o la prestación del servicio por causas plenamente justificadas en cada caso, como son aquellas en que se afecte la seguridad o tranquilidad del establecimiento o de sus clientes, o que se funde en disposiciones expresas de otros ordenamientos. Estas causas atienden a razones objetivas, como puede ser el hecho de que un consumidor desee obtener el servicio en estado de ebriedad, o cuando cause molestias al proveedor o a los demás consumidores, cuando se

trate de menores de edad y el servicio se preste únicamente a mayores de edad, etc.

La parte final del párrafo primero del artículo 58, así como el párrafo segundo fueron adicionados por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 5 de Agosto de 1994, con la finalidad de prohibir expresamente la discriminación contra personas con discapacidad, no obstante de que dicha prohibición estaba incluida dentro del texto original del artículo 58, ya que éste preveía que los proveedores no podían establecer "discriminación alguna".

No obstante, la adición introduce la obligación de los proveedores, de dar las facilidades o contar con los dispositivos indispensables para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes o servicios que ofrecen. Esta obligación, estará sujeta a la Norma Oficial Mexicana que se emita para tal efecto, y los proveedores contarán con un plazo de tres años para darle cumplimiento.

El Artículo 59, relativo al Presupuesto del Servicio, establece la obligación del prestador de servicios de entregar al consumidor un presupuesto por escrito del servicio solicitado.

El presupuesto, junto con el contrato de prestación de servicios, es un documento fundamental que da certeza a la relación entre el proveedor y el consumidor, pues en él se deben señalar los diversos conceptos que integran el servicio por prestar, así como su precio.

La Ley no indica las consecuencias de la omisión por parte del proveedor en cuanto a la entrega del presupuesto. Sin embargo, éstas consecuencias no sólo se traducen en la posible sanción administrativa o civil por el cumplimiento, sino que deben manifestarse también en la

carga de la prueba; en tal virtud, a la falta del presupuesto la carga de la prueba de la naturaleza de los servicios, de los conceptos y de su importe, corresponderá fundamentalmente a la parte proveedora.

El artículo 59 en comento, regula con mayor detalle los requisitos del presupuesto cuando se trata de reparaciones, pues en este caso exige que el presupuesto describa las características del servicio, el costo de las refacciones y de la mano de obra, así como su vigencia; además permite que en el propio presupuesto se señalen los mecanismos de variación de precios de rubros específicos, cuando sus cotizaciones estén fuera del control del proveedor.

El Artículo 60 de la Ley, relativo a la Obligación de Emplear Partes y Refacciones Nuevas y Apropiadas, tiene su antecedente en el Artículo 39 de la Ley de 1975, ya que en ambos se establece la obligación de los proveedores dedicados a la reparación de toda clase de productos de emplear partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, salvo que el solicitante del servicio, autorice expresamente que se utilicen otras.

El presente artículo, no prevé las consecuencias del incumplimiento en que incurran los proveedores a la obligación de emplear partes y refacciones nuevas y apropiadas. Sin embargo, si el prestador del servicio no advirtió al consumidor por escrito y de manera clara y precisa que en la reparación del producto emplearía partes y refacciones deficientes, usadas o reconstruidas, deberá considerarse que no fue veraz en las condiciones prometidas o sugeridas, por lo que, con independencia de la sanción a que se haga acreedor por infringir la Ley, estará obligado al cumplimiento de lo

ofrecido o sugerido tácitamente, así como a cubrir los daños y perjuicios causados.

Por lo que respecta al Artículo 61 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a la indemnización por Pérdida o Deterioro del Bien, encontramos su antecedente en el artículo 41 de la Ley de 1975. Asimismo el presente artículo establece el derecho que tienen los consumidores a ser indemnizados cuando, con motivo de la prestación de servicios de mantenimiento o reparación, el bien objeto del servicio se pierda o sufra tal deterioro que lo haga total o parcialmente inapropiado para el uso al que esté destinado.

Ahora bien, el derecho a la indemnización a que se refiere dicho artículo, tiene como base el hecho de que la pérdida del bien o su deterioro tengan como causa la deficiencia del servicio.

Al respecto, el Maestro Jorge Barrera Graf, realiza un comentario al artículo 41 de la Ley anterior, que en su opinión, sigue siendo pertinente aplicar al artículo 61 de la Ley vigente: "dicho precepto no exigía que las deficiencias del servicio se debieran a culpa o negligencia del proveedor, por lo que éste debe responder por la deficiencia del servicio, sin que fuese necesario demostrar que actuó con culpa o negligencia".

En cuanto a la Factura por el Servicio, a que se refiere el Artículo 62 de la Ley de la Materia, es de suma importancia en la legislación vigente, ya que en él se consigna la obligación de los proveedores, de expedir factura, particularmente a los prestadores de servicios.

En este sentido, la factura o comprobantes de los trabajos efectuados debe especificar los siguientes requisitos:

- 1) Las partes, refacciones o materiales empleados;**
- 2) El precio de ellos y de la mano de obra;**
- 3) La garantía que el proveedor haya otorgado.**

Estos requisitos son independientes de las obligaciones que la Legislación Fiscal imponga al prestador de servicios. Situación que ya hemos comentado en su oportunidad, en lo relativo al Artículo 12 de la Ley de la Materia.

Por lo que se refiere a los Sistemas de Autofinanciamiento que regula el Artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, mencionaremos que los sistemas de comercialización consisten en la Integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero, con las que se forma un fondo común, el cual es administrado por una sociedad mercantil, con la finalidad de que los consumidores puedan adquirir bienes muebles e inmuebles u obtener la prestación de servicios, a través de procedimientos de sorteo, subasta y de adjudicación directa.

Cabe aclarar, que la Ley de 1975 no contemplaba estos sistemas, pero que por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 7 de enero de 1982, se adicionó a dicha Ley el artículo 29 bis, en el que se establecieron las bases para regular dichos sistemas. Asimismo en el DOF del 7 de junio de 1982, se publicó el Reglamento del Artículo 29 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Entre el texto del artículo 63 de la Ley vigente y el artículo 29 bis de la Ley anterior, existe una diferencia principal de que, mientras que el último artículo establecía como requisito previo al funcionamiento de un sistema de autofinanciamiento, el de la autorización de la

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en el artículo 63 de la presente Ley, sólo se señala como requisito previo la notificación que debe hacer el administrador del sistema de autofinanciamiento a la misma dependencia, además de acreditar que cumple con los requisitos que fije el reglamento

En el DOF de fecha 17 de mayo de 1994 se publicó el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, a que se refiere el artículo de nuestro estudio, abrogando al de 1982.

El artículo 4º del citado Reglamento, prevé, que a través de dichos sistemas, podrán ofrecerse a los consumidores bienes muebles e inmuebles nuevos y prestación de servicios, ya que el Reglamento anterior, sólo autorizaba los sistemas de autofinanciamiento para determinados bienes muebles y algunos servicios turísticos. Asimismo el Reglamento vigente en su artículo 8º establece que los contratos de adhesión que celebren las empresas de autofinanciamiento con los consumidores, deberán sujetarse a lo dispuesto por la Norma Oficial Mexicana que expida la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, misma que fue publicada en el DOF de fecha 8 de julio de 1994, bajo el nombre de NOM-037-SCFI-1994, "Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores".

Esta Norma Oficial Mexicana estatuye los requisitos que deben contener los contratos de adhesión mencionados, los cuales son de inscripción obligatoria ante la Procuraduría Federal del Consumidor. Asimismo en dicha Norma se definen los procedimientos de sorteo,

subasta y adjudicación directa, a través de los cuales los consumidores pueden adquirir los bienes y servicios.

En lo que se refiere al Artículo 64 de la Ley de la Materia, relativo al Servicio de Tiempo Compartido, encontró su regulación en el Reglamento de la Prestación del Servicio Turístico de Tiempo Compartido, publicado en el DOF del 21 de agosto de 1989, toda vez, que la Ley de 1975 no contemplaba el servicio de tiempo compartido.

Ahora bien, dicho Reglamento fue abrogado por el Artículo 2º transitorio de la Ley Federal de Turismo, publicada en el DOF del 31 de diciembre de 1992.

El Artículo 64 de la Ley en comento, considera al servicio de tiempo compartido desde una perspectiva más amplia, que incluye por supuesto a los servicios turísticos, pero, además, a cualquier otro servicio que bajo este sistema se preste a los consumidores.

La Norma Oficial Mexicana NOM-029-SCFI-1993, "Información comercial-Elementos normativos del servicio de tiempo compartido", publicada en el DOF del 30 de noviembre de 1993, se define al servicio de tiempo compartido, de acuerdo con lo que dispone el artículo en comentario, en los términos siguientes: "Todo acto jurídico por el cual se pone a disposición de una persona o un grupo de personas el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, en una unidad variable dentro de una clase determinada, por periodos previamente convenidos, mediante el pago de alguna cantidad, sin que, en ningún caso, se transmita el dominio de los bienes muebles o inmuebles afectos al servicio".

En la definición contenida en el artículo 64 de la Ley de la Materia y en el numeral 2.4 de la Norma Oficial Mexicana referida, se especifica el contenido genérico del servicio de tiempo compartido. Conforme a dichos preceptos, el servicio que se debe prestar al usuario consiste en el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, en una unidad variable dentro de una clase determinada, por periodos previamente convenidos, mediante el pago de alguna cantidad.

El uso, goce y demás derechos que se convengan no tienen naturaleza de derechos reales, sino que son derechos de carácter personal. Estos derechos personales pueden estar conferidos sobre bienes muebles (equipo de cómputo, medios de transporte, etc.) o sobre bienes inmuebles, que son los que predominan en los servicios turísticos de tiempo compartido.

Asimismo, cabe aclarar que el pago que debe hacer el usuario se refiere, por una parte, al precio de la prestación del servicio, que se puede cubrir de contado o a crédito; y por la otra, a los gastos de mantenimiento que se deben saldar anualmente.

El Artículo 65 de la Ley, relativo al Contrato para la Prestación del Servicio de Tiempo Compartido, se hace necesario su transcripción, toda vez, que contiene los requisitos para la celebración de los mismos:

"Artículo 65: La venta o la preventa de un servicio de tiempo compartido sólo podrá iniciarse previa notificación a la Secretaría y el contrato correspondiente especifique:

- I.- Nombre y domicilio del proveedor;
- II.- Lugar donde se prestará el servicio;

- III.- Determinación clara de los derechos de uso y goce de bienes que tendrán los compradores, incluyendo periodos de uso y goce;
- IV.- El costo de los gastos de mantenimiento para el primer año y la manera en que se determinarán los cambios en este costo en periodos subsecuentes;
- V.- Las opciones de intercambio con otros prestadores del servicio y si existen costos adicionales para realizar tales intercambios; y
- VI.- Descripción de las fianzas y garantías que se otorgarán en favor del consumidor."**(30)**

Las expresiones comerciales venta o preventa son explicadas convencionalmente en la Norma Oficial Mexicana ya mencionada de la siguiente manera: por "venta" se entiende "todo acto jurídico por medio del cual se acuerda prestar el servicio de tiempo compartido sobre un inmueble terminado y en operación, o parte de él, que se ofrezca al público y que se encuentre totalmente construido y en operación; y por "preventa" se considera "todo acto jurídico por medio del cual se acuerda prestar el servicio de tiempo compartido sobre un inmueble no terminado ni en operación, o parte de él, que se ofrezca al público y que no se encuentre totalmente construido ni en operación".

(31)

Como podemos advertir, la llamada "venta" constituye en realidad el contrato definitivo de prestación del servicio de tiempo compartido, que se celebra cuando el inmueble y sus instalaciones se encuentran

(30) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. pag. 31
(31) NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-020-SCFI-1993.

construidas y en operación. Y la llamada "preventa" no es sino un contrato preparatorio, preliminar o promesa de contrato de prestación de servicios de tiempo compartido, que se celebra cuando el inmueble y sus instalaciones no estén totalmente terminadas ni en operación.

El artículo en comento, exige al proveedor que para que pueda celebrar el contrato definitivo o preliminar de prestación de servicios de tiempo compartido, previamente deberá notificar a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial su determinación de ofrecer al público dicho servicio y exhibir el contrato con los requisitos que en el mismo precepto se indican.

La NOM-029-SCFI-1993, exige al proveedor, además, acredite cumplir con los siguientes requisitos:

- 1)** Que el prestador sea persona física o moral con domicilio en el territorio nacional, o que cuente con una representación, sucursal o filial con domicilio en dicho territorio.
- 2)** Que ha afectado el bien o los bienes a la prestación del servicio de tiempo compartido, de acuerdo con las disposiciones de las leyes locales o, en su defecto, mediante declaración unilateral de voluntad otorgada ante notario público o expresada en un contrato de fideicomiso otorgado en escritura pública, para lo cual deberá acompañar constancia de la presentación del aviso correspondiente en el Registro Público de la Propiedad o constancia de la inscripción definitiva.
- 3)** Que ha contratado una póliza de seguros contra daños y siniestros totales o parciales de los bienes muebles e inmuebles destinados al servicio de tiempo compartido, para la reconstrucción o reparación del

bien y para amparar a los usuarios en su integridad física y sus pertenencias.

4) Que precise todos los conceptos y cobros que pretenda hacer al usuario, por el servicio de tiempo compartido contratado.

5) Y que exhiba una copia del reglamento interno.

Para el contrato preparatorio, el proveedor, además de cumplir con los requisitos citados, debe acreditar que cuenta con licencia de construcción, así como con la fianza o garantía de uso alternativo o garantía solidaria de otras empresas que puedan prestar el servicio al consumidor en caso de incumplimiento.

Asimismo, los contratos definitivos o preparatorios, deben contar con el registro de la PROFECO, además de los requisitos que establece el artículo 65 y la propia Norma Oficial Mexicana NOM-029-SCFI-1993, y acompañar copia del reglamento interno en el que se especifiquen las condiciones de la prestación del servicio.

Por último, el contrato de prestación de servicios, como es un contrato que se celebra fuera del local comercial, debe de contener la mención expresa de que se perfeccionará después de que transcurran los **5 DÍAS HÁBILES**, que contarán a partir del siguiente día hábil al de la firma del contrato, para efecto de que se devuelva al consumidor, íntegramente su dinero en el término de 15 días naturales.

E.- CAPITULO VII DE LAS OPERACIONES A CREDITO

El presente Capítulo consta de 7 Artículos, y al igual que los otros, para su estudio los llamaremos de la siguiente forma:

Artículo 66.- Información sobre la Operación y Tasas de Interés

Artículo 67.- Interés sobre el Importe del Crédito

Artículo 68.- Capitalización de Intereses

Artículo 69.- Causación y Pago de Intereses

Artículo 70.- Rescisión de CompraVenta a Plazos

Artículo 71.- Opciones del Consumidor que ha pagado más de la Tercera Parte

Artículo 72.- Cargos por Otorgamiento del Crédito.

No obstante el contenido del presente capítulo, debemos tener presente la excepción que realiza la Ley de la Materia en su Artículo 5º , que excluye de sus disposiciones los servicios que presten las Instituciones y organizaciones cuya supervisión y vigilancia esté a cargo de las Comisiones Nacionales Bancarias, de Valores y de Seguros y Fianzas.

El Artículo 66 regula la información que se debe proporcionar al consumidor sobre la operación de crédito que se trate, particularmente por lo que se refiere al precio del bien o servicio y a los Intereses y demás cargos que se le hagan con motivo del crédito.

En este sentido, el presente artículo, impone al proveedor la obligación de informar al consumidor previamente sobre el precio de contado del bien o servicio de que se trate, el monto y detalle de

cualquier cargo si lo hubiere, el número de pagos a realizar, su periodicidad y el derecho que tiene a liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de intereses.

Asimismo, dicho artículo distingue entre el precio del bien o del servicio, que no podrá modificarse, salvo que otra Ley lo autorice o que exista convenio en contrario, y el costo del crédito, que se compone por los intereses y cualquier otro cargo que se haga al consumidor por el otorgamiento del crédito.

Con base en esta distinción, se exige que en caso de existir descuentos, bonificaciones o cualquier otro concepto que haga diferentes los pagos a crédito y de contado, se señale esta circunstancia claramente al consumidor.

La finalidad de ésta exigencia, consiste en que el consumidor pueda conocer las diferencias que existan entre el precio de contado y el precio a crédito, y con base en ello pueda elegir entre una y otra forma de pago.

El Artículo en comento, en su fracción I. permite que los intereses por el crédito puedan cobrarse con base en una tasa de interés fija, en cuyo caso se debe de informar al consumidor del monto de los intereses a pagar en cada período; o bien, conforme a una tasa de interés variable, es decir, una tasa que pueda ajustarse en el transcurso de la vigencia del crédito.

Ahora bien, es necesario aclarar que ésta tasa de interés no debe ser variable con base a la decisión unilateral del proveedor, sino que debe estar referida a una tasa de interés representativa del costo del crédito al consumidor como el Costo Porcentual Promedio de Captación

que estima el Banco de México, (CCP), y debe ser fácilmente verificable por el consumidor.

En lo relativo a los Intereses Sobre el Importe del Crédito, que señala el Artículo 67 de la Ley de la Materia, se establece la regla para el cómputo de los intereses, que excluye, como es lógico, el enganche o anticipo que se haya pagado, y asimismo se relaciona con el Artículo 69, en el sentido de que los intereses solo se causarán exclusivamente sobre los saídos insolutos.

El Artículo 68 de la Ley en comento, relativo a la Capitalización de Intereses, establece que los intereses solo se podrán capitalizar cuando exista acuerdo previo entre las partes, en cuyo caso el proveedor estará obligado a proporcionar al consumidor estado de cuenta mensual.

En este sentido, el artículo 2397 del Código Civil, prohíbe el pacto de anatocismo, en los siguientes términos: "Las partes no pueden, bajo pena de nulidad, convenir de antemano que los intereses se capitalicen y que produzcan intereses". En cambio el artículo 363 del Código de Comercio, sí permite la capitalización de intereses.

En tal virtud, el artículo 68 de la Ley vigente adopta la solución del Código de Comercio, esto es, permite el pacto de anatocismo y se limita a señalar que cuando se celebre, como ya lo hemos indicado, el proveedor estará obligado a proporcionar al consumidor un estado de cuenta mensual.

El Artículo 69 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a la Causación y Pago de Intereses, contiene dos reglas:

1) Se refiere a la Causación de los Intereses, la cual sólo puede recaer sobre los saldos insolutos del crédito concedido y no sobre el monto total del crédito, salvo que se trate del primer pago.

2) Consiste en que el pago de los intereses no puede ser exigido por adelantado, sino únicamente por periodos vencidos.

Por lo que se refiere a la Rescisión de Compraventa a Plazos, que dispone el Artículo 70 de la Ley vigente, su principal consecuencia consiste en que las partes deben restituirse mutuamente las prestaciones que se hubiesen hecho, esto es, el vendedor deberá devolver el precio pagado por el comprador y éste, a su vez, deberá devolver el bien objeto del contrato.

Ahora bien el vendedor que haya entregado el bien objeto del contrato tendrá derecho a exigir al comprador el pago de un alquiler o renta por el uso del bien, y además una compensación por el demérito que haya sufrido el mismo, como consecuencia de su uso.

Por su parte, el comprador que haya pagado parte del precio, además de la devolución de éste, tiene derecho a recibir los Intereses computados conforme a la tasa que, en su caso, se haya aplicado a su pago. Cabe aclarar que la tasa de Interés de referencia, normalmente estará estipulada en el correspondiente contrato de compraventa a plazos; pero aunque no estuviera convenida expresamente, cualquier cantidad que se hubiere cobrado como Interés deberá ser devuelta al comprador.

El artículo 70 de la Ley en comento, resulta más equitativo que el artículo 2311 del Código Civil, toda vez, que mientras que el primero otorga al comprador el derecho a recibir los Intereses conforme a la

misma tasa que se haya aplicado al pago del precio; el segundo sólo otorga al comprador que haya pagado parte del precio el derecho a los intereses legales de la cantidad que entregó, intereses cuya tasa es del 9% anual, según lo establece el artículo 2395 del Código Civil vigente.

El Artículo 71 de la Ley de la Materia, relativo a las Opciones del Consumidor que ha Pagado más de la Tercera Parte, encuentra su antecedente en el artículo 29 de la Ley de 1975, prevé los contratos de compraventa a plazos o en abonos, así como de prestación de servicios con pago diferido. Así, para el caso de que un proveedor reclame la rescisión o el cumplimiento de este tipo de contrato, por mora, el artículo en comento otorga al consumidor que haya pagado más de la tercera parte del precio o del número total de pagos convenidos, el derecho de optar por la rescisión del contrato, en los términos del artículo 70, o por el adeudo del pago vencido, más las prestaciones que legalmente procedan.

Al respecto, nuestro más alto Tribunal, sostiene que el artículo 29 de la Ley anterior (y 71 de la vigente), no sujeta al consumidor a que ejerza el derecho de opción en forma necesaria al contestar la demanda y, por ende, puede hacerlo no sólo en ese momento, sino en cualquier etapa del procedimiento hasta antes de que se dicte sentencia. La Suprema Corte considera que la extensión de la oportunidad que debe concederse al consumidor no afecta la seguridad jurídica del proveedor, porque el derecho de opción se otorga al primero en una disposición de orden público e irrenunciable; porque el proveedor conoce este derecho desde que celebra el contrato correspondiente; y

porque este beneficio no es una excepción en sentido estricto sino una forma especial de allanamiento.

Por último, debemos tener presente que si bien el consumidor puede ejercer su derecho de opción en cualquier momento del proceso anterior a la sentencia, el supuesto en que se basa dicha opción, además de haber cubierto la tercera parte del precio, debe haber sido satisfecho precisamente antes de que el consumidor haya sido emplazado a juicio.

El Artículo 72 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a los Cargos por Otorgamiento del Crédito, reitera la obligación que establece el artículo 66 fracción I, de que el proveedor deberá informar detalladamente de cualquier cargo que deba hacer, como consecuencia del crédito que se otorgue al consumidor.

F.- CAPITULO VIII DE LAS OPERACIONES CON INMUEBLES

El presente Capítulo se compone de 4 Artículos, que de la misma forma en que hemos visto los anteriores capítulos, para su estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 73.- Actos Sujetos a la Ley

Artículo 74.- Entrega Física del Inmueble

Artículo 75.- Contratos de Adhesión sobre Inmuebles

Artículo 76.- Aseguramientos de Bienes.

Por lo que respecta a los Actos Sujetos a la Ley, que establece el Artículo 73 de la Ley de la Materia, debemos tomar en cuenta los siguientes puntos para la aplicación de los actos relacionados con inmuebles.

- 1)** Cuando los proveedores sean fraccionadores de inmuebles destinados a casa habitación para venta al público.
- 2)** Cuando los proveedores sean constructores de viviendas para venta al público, y
- 3)** Cuando los proveedores afecten inmuebles al servicio de tiempo compartido en los términos previstos en los artículos 64 y 65 de la Ley, que ya hemos analizado.

Para determinar cuándo un proveedor es o no fraccionador, nos remitiremos a la definición de fraccionamiento que señala el artículo 61 de la Ley del Desarrollo Urbano del Distrito Federal que a la letra dice: "es la división de un terreno en lotes, que requiera del trazo de una o más vías públicas"; en tal virtud, fraccionador será la persona física o moral en cuyo favor se autorice dicha división.

Cabe aclarar que lo anterior es en lo referente al Distrito Federal, debiéndose tomar en cuenta, que cada entidad federativa tiene su propia regulación.

Por lo que se refiere a la parte final del artículo 73, relativo a los arrendamientos de inmuebles destinados a casa habitación en el Distrito Federal, debemos señalar que el decreto publicado en el DOF del 21 de Julio de 1993 la derogó. De acuerdo con el artículo primero transitorio, ésta derogación debía entrar en vigor a los 90 días de su

publicación, lo cual ocurriría el 19 de Octubre de 1993. Sin embargo, en el DOF del 23 de Septiembre de 1993, se publicó un segundo decreto por el que se reformaron los artículos transitorios del primer decreto. En el artículo primero transitorio del segundo decreto, se estableció como regla general, que las disposiciones contenidas en el primer decreto entrarían en vigor hasta el 19 de Octubre de 1998.

Las salvedades a esta regla general prevén en el artículo segundo transitorio, las cuales implican la entrada en vigor del primer decreto a partir del 19 de Octubre de 1993, y conciernen a los inmuebles que:

- I.- No se encuentren arrendados al 19 de Octubre de 1993;
- II.- Se encuentren arrendados al 19 de Octubre de 1993, siempre que sean para uso distinto del habitacional, o
- III.- Su construcción sea nueva, siempre que el aviso de terminación sea posterior al 19 de Octubre de 1993.

Lo anterior significa que la Ley Federal de Protección al Consumidor dejó de ser aplicable, a partir del 19 de Octubre de 1993, **exclusivamente a los inmuebles señalados en las tres fracciones anteriormente citadas.**

Por consiguiente, los inmuebles destinados a casa habitación que estaban arrendados al 19 de Octubre de 1993, continuarán sujetos a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, hasta el 19 de Octubre de 1998, y por lo consiguiente, hasta la misma fecha, la Procuraduría Federal del Consumidor será competente para conocer de los conflictos de dichos inmuebles.

Por lo que se refiere a la Entrega Física del Inmueble, que establece el Artículo 74 de la Ley de la Materia, establece que los

proveedores deberán efectuar la entrega física o real del bien materia de la transacción en el plazo pactado con el consumidor y de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas u ofrecidas.

En este sentido, para dar cumplimiento a esta obligación, el proveedor y el consumidor deberán celebrar un acta de entrega y recepción, en la que se detallen las condiciones específicas en las que el proveedor entrega el bien y el consumidor lo recibe, pues de otra forma no habría seguridad jurídica respecto de dicho acto; y tendría que ser materia de prueba cualquier entrega que se llevase a cabo sin la elaboración de dicha acta.

El interés tanto del proveedor como del consumidor, es en el sentido de que quede constancia documental de las condiciones en que se entrega y recibe el bien, para evitar cualquier diferencia.

El Artículo 75 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a los Contratos de Adhesión sobre Inmuebles, se refiere a los contratos elaborados unilateralmente por el proveedor, para establecer los términos y condiciones aplicables a la adquisición, uso y goce de inmuebles, y respecto de los cuales el consumidor sólo tiene la opción de aceptarlos íntegramente (adherirse) o no aceptarlos.

Para este tipo de contratos, el artículo en comento, prevé que se debe proporcionar al consumidor la información relativa a las operaciones a crédito, y que en los contratos se debe de estipular la fecha de entrega, las especificaciones, los plazos y demás elementos que individualicen el bien.

Asimismo, se debe tomar en cuenta que los proveedores no podrán recibir pago alguno hasta que se celebre el contrato por escrito, salvo los gastos de Investigación.

Esta última regla, tiene por objeto evitar que el consumidor pague anticipos por un contrato que todavía no celebra y sin que el proveedor haya asumido ninguna obligación.

Por lo que respecta al Aseguramiento de Bienes, que establece el Artículo 76 del Ordenamiento Legal en estudio, en donde se menciona que la Procuraduría podrá promover ante la Autoridad Judicial, cuando vea amenazado el interés jurídico de los consumidores, el aseguramiento de los bienes a que se refiere este capítulo, en aquellas operaciones que considere de difícil o imposible cumplimiento, mientras subsista la causa de la acción.

Este artículo, otorga a la Procuraduría Federal del Consumidor, legitimación procesal activa para solicitar a la Autoridad Judicial que decrete la medida cautelar consistente en el aseguramiento o embargo provisional de los inmuebles señalados en el artículo 73; por lo que dicha solicitud, debe fundarse en el hecho de que la Procuraduría Federal del Consumidor estime amenazado el interés jurídico de los consumidores. Asimismo, dicha estimación se debe basar en condiciones que permitan prever que los proveedores difícilmente podrán cumplir con sus obligaciones o estarán impedidos para hacerlo; por lo que dichas condiciones deberán acreditarse ante la Autoridad Judicial competente, para que ésta pueda ordenar el aseguramiento de los inmuebles.

Asimismo, se debe tomar en cuenta que los proveedores no podrán recibir pago alguno hasta que se celebre el contrato por escrito, salvo los gastos de investigación.

Esta última regla, tiene por objeto evitar que el consumidor pague anticipos por un contrato que todavía no celebra y sin que el proveedor haya asumido ninguna obligación.

Por lo que respecta al Aseguramiento de Bienes, que establece el Artículo 76 del Ordenamiento Legal en estudio, en donde se menciona que la Procuraduría podrá promover ante la Autoridad Judicial, cuando vea amenazado el interés jurídico de los consumidores, el aseguramiento de los bienes a que se refiere este capítulo, en aquellas operaciones que considere de difícil o imposible cumplimiento, mientras subsista la causa de la acción.

Este artículo, otorga a la Procuraduría Federal del Consumidor, legitimación procesal activa para solicitar a la Autoridad Judicial que decrete la medida cautelar consistente en el aseguramiento o embargo provisional de los inmuebles señalados en el artículo 73; por lo que dicha solicitud, debe fundarse en el hecho de que la Procuraduría Federal del Consumidor estime amenazado el interés jurídico de los consumidores. Asimismo, dicha estimación se debe basar en condiciones que permitan prever que los proveedores difícilmente podrán cumplir con sus obligaciones o estarán impedidos para hacerlo; por lo que dichas condiciones deberán acreditarse ante la Autoridad Judicial competente, para que ésta pueda ordenar el aseguramiento de los inmuebles.

G.- CAPITULO IX DE LAS GARANTIAS

El presente Capítulo se compone de 8 artículos, y que para su estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 77.- Garantías Legales y Convencionales

Artículo 78.- Póliza de Garantía

Artículo 79.- Condiciones de Exigibilidad de la Garantía

Artículo 80.- Servicio de Reparación y Suministro de Partes y Refacciones

Artículo 81.- Garantía de Reparaciones y Servicios de Mantenimiento

Artículo 82.- Defectos o Vicios Ocultos

Artículo 83.- Suspensión del Plazo de Garantía

Artículo 84.- Reclamación de la Garantía ante la Procuraduría.

Por lo que respecta a las Garantías Legales y Convencionales, que establece el Artículo 77 de la Ley de la Materia, es necesario aclarar que en el Capítulo III del presente estudio, ya hemos señalado las diferentes acepciones que tiene la palabra garantía en el lenguaje jurídico.

En este sentido, recordaremos que en la Ley Federal de Protección al Consumidor, la palabra garantía se utiliza para designar el acto jurídico (normalmente expresado en una póliza) a través del cual el proveedor asume ante el consumidor la responsabilidad por todos los defectos (por falta de calidad o del nivel de prestación), que puedan afectar el funcionamiento normal del bien o del servicio objeto del acto de consumo, de acuerdo con la naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad del mismo, por lo que el proveedor se obliga, durante un plazo determinado, a efectuar todas las reparaciones que

requieran los bienes enajenados, arrendados u objeto del servicio, para su utilización normal.

El artículo 77 distingue dos tipos de garantía:

1.- Garantía Legal: que consiste en las condiciones mínimas de responsabilidad que debe asegurar el proveedor en favor del consumidor.

2.- Garantía Convencional: que consiste en la responsabilidad que asume voluntariamente el proveedor, para ofrecer mejores condiciones para asegurar el buen funcionamiento de los bienes o servicios objeto del acto de consumo.

El Artículo 78 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a la Póliza de Garantía, establece los requisitos que debe satisfacer la Póliza de Garantía expedida por el proveedor que son tres, a saber:

- 1) Debe constar por escrito, de manera clara y precisa.**
- 2) Debe expresar su alcance y duración.**
- 3) Debe señalar las condiciones y los mecanismos a través de los cuales el consumidor puede hacer efectiva la póliza, así como el domicilio para efectuar las reclamaciones y los establecimientos o talleres de servicio.**

En este orden de ideas, el artículo 78, obliga al proveedor a entregar al consumidor la póliza de garantía, precisamente al momento de que el consumidor reciba el bien o servicio.

Cabe señalar que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, es la Autoridad que esta facultada para expedir Normas Oficiales Mexicanas sobre los requisitos de Información a que se someterán las garantías de los productos y servicios, salvo que estén sujetos a la

Inspección o vigilancia de otra dependencia de la Administración Pública Federal, en cuyo caso ésta ejercerá dicha facultad.

El Artículo 79 de la Ley de la Materia, relativo a las Condiciones de Exigibilidad de la Garantía, en su párrafo primero establece que las garantías ofrecidas no podrán ser inferiores a las que determinen las disposiciones aplicables, ni prescribir condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente corresponden al consumidor.

Podemos observar que el artículo de referencia, expresa la regla de que las garantías convencionales en ningún caso pueden ser inferiores a las garantías legales, asimismo prohíbe que las garantías convencionales prescriban condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente corresponden al consumidor, ya que, como lo hemos señalado anteriormente, el artículo 1º de la Ley objeto de nuestro estudio, enuncia los derechos básicos del consumidor y que en ningún caso y por ningún motivo, podrán ser afectados, restringidos o limitados por las garantías convencionales.

En este sentido, el párrafo segundo del artículo en comento, establece la responsabilidad solidaria para el cumplimiento de la garantía, tanto del productor, como del importador y del distribuidor.

Ahora bien, es una responsabilidad solidaria, porque la garantía es exigible indistintamente, a cualquiera de ellos, sin embargo, debemos tomar en cuenta que esta responsabilidad solidaria no es exigible en el supuesto de que alguno de los tres sujetos obligados o algún tercero distinto de ellos asuma por escrito la obligación de cumplir con la garantía.

Asimismo dicho párrafo estatuye la regla de que el cumplimiento de las garantías deberá realizarse en el domicilio en que haya sido adquirido o contratado el bien o servicio, o en el lugar o lugares que exprese la póliza.

El Artículo 80 de la Ley de la Materia, relativo al Servicio de Reparación y Suministro de Partes y Refacciones, en su párrafo primero establece que: Los productores deberán asegurar y responder del suministro oportuno de partes y refacciones, así como del servicio de reparación, durante el término de vigencia de la garantía y, posteriormente, durante el tiempo en que los productos sigan fabricándose, armándose o distribuyéndose.

Así, tenemos que dicho artículo impone dos obligaciones a los fabricantes de productos:

- 1.- La de asegurar y responder del suministro oportuno de partes y refacciones, y**
- 2.- La de proporcionar los servicios de reparación de los productos.**

Estas dos obligaciones son exigibles durante la vigencia de la garantía; pero, además, durante el tiempo en que los productos sigan fabricándose, armándose o distribuyéndose.

En el segundo párrafo del artículo 80, faculta a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para expedir Normas Oficiales Mexicanas en las que dispongan que determinados productos deben ser respaldados con una garantía con mayor vigencia por lo que se refiere al suministro de partes y refacciones, tomando en cuenta la durabilidad del producto. A través de estas Normas Oficiales Mexicanas se impone a los productores, la obligación de asegurar y responder del suministro

oportuno de partes y refacciones, aún después del tiempo en que dichos productos sigan fabricándose, armándose o distribuyéndose.

El Artículo 81 de la Ley en Cita, relativo a la Garantía de Reparaciones de Mantenimiento, establece una garantía legal para los bienes que hayan sido sometidos a servicios de reparación o de mantenimiento, y que presenten deficiencias imputables al prestador de dichos servicios, dentro de los treinta días naturales posteriores a la fecha en que se les haya entregado el bien objeto del servicio. En el presente supuesto, el consumidor tendrá derecho a que el prestador efectúe un nuevo servicio de reparación o de mantenimiento, sin costo alguno.

Cabe aclarar que el término que se señala de treinta días naturales posteriores a la entrega del bien, **NO** se establece expresamente como plazo para ejercer el derecho al nuevo servicio.

Ante esta omisión, deberá aplicarse el plazo supletorio previsto en el artículo 14 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a la letra dice:

"Art. 14: El plazo de prescripción de los derechos y obligaciones establecidos en la presente Ley, será de un año, salvo otros términos previstos por esta Ley." (32)

Por otro lado y como se trata de una garantía legal, el plazo de los treinta días es el mínimo, por lo que si en la garantía convencional se estipula un plazo mayor, deberá estarse a éste último.

Por lo que toca a los Defectos o Vicios Ocultos, que establece el Artículo 82 de la Ley en comentario, este artículo establece las dos

(32) *ob. cit.* pag. 12

opciones tradicionales que se confieren al consumidor, en el supuesto de que el bien objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que lo hagan impropio para los usos a que habitualmente se destine o disminuyan su calidad o la posibilidad de su uso.

Estas acciones por las que el consumidor puede optar son:

A) - La rescisión del contrato, conocida en el derecho romano como actio redhibitoria.

B) - La acción estimatoria, compensatoria, o también llamada en el derecho romano quanti minoris, que permite al adquirente conservar el bien objeto del contrato, pero exigir al vendedor una reducción en el precio del contrato que compense los defectos o vicios ocultos.

Al respecto el maestro **Rojina Villegas**, afirma que: "la responsabilidad por vicios o defectos ocultos, deriva de una violación al principio de exactitud en la substancia de la cosa debida: "Requiere la Ley - sostiene - que los vicios sean ocultos y que hagan la cosa impropia para los usos convenidos, o a los que naturalmente se les destine. En consecuencia, no existe vicio si éste es manifiesto, o bien, si a pesar de ser oculto, el adquirente tenía conocimiento del mismo, o debía tenerlo por ser perito en la materia." **(133)**

El artículo 82 es omiso en señalar el plazo de prescripción, por lo que, será aplicable el plazo de prescripción de un año que prevé el artículo 14 de la propia Ley, antes mencionado.

En lo referente a la Suspensión del Plazo de Garantía, que señala el artículo 83 de la Ley de la Materia, se establece la regla general de que

(133) Rojina Villegas, COMPENDIO DE DERECHO CIVIL, Tomo.III, Teoría General de las Obligaciones, Méx. 1967, pag. 410

no se debe computar dentro del plazo de la garantía, el tiempo durante el cual se efectúan reparaciones al amparo de la misma. Además de esta regla general, se estatuyen las siguientes dos reglas especiales:

1 - Cuando con motivo de la reparación se hayan introducido piezas nuevas o de repuesto en el bien objeto de garantía, el plazo de garantía se iniciará respecto de estas piezas, y continuará en relación al resto; es decir, para éste último, se contará el tiempo anterior a la reparación y se continuará con los días posteriores a ésta, y

2 - Cuando con motivo de la garantía el bien tenga que cambiarse por uno nuevo, el plazo de la garantía se contará a partir de la entrega de este último.

El último de los artículos del Capítulo de las Garantías que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor, es el Artículo 84, relativo a la Reclamación de la Garantía ante la Procuraduría, en donde se impone al consumidor, para el caso de que acuda a la Procuraduría a hacer valer sus derechos fuera del plazo establecido por la garantía, el deber de acreditar que compareció ante el proveedor dentro de dicho plazo.

Esta obligación puede resultar oficiosa, pues la determinación de si ha transcurrido o no el plazo de la garantía, no corresponde al propio consumidor, sino a la Autoridad competente, previa oposición expresa de la excepción respectiva. Esto es, que la prescripción de los derechos se hace valer por vía de excepción por la contraparte.

En este sentido, es conveniente recordar que en el derecho romano se distinguía entre circunstancias a favor del demandado que obraban **ipso jure** (que podían ser tomados en cuenta de oficio por el

juez), y las que obraban sólo **ope exceptionis** (que sólo, si eran opuestas expresamente por el demandado como excepciones); dentro de éstas últimas se encuentra la de prescripción.

Al respecto, la Tercera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, ha sostenido el criterio de que: "la prescripción sólo puede ser tomada en cuenta por el juzgador si el demandado la opone expresamente como excepción, por lo que no puede ser examinada de oficio por el juzgador". (34)

H.- CAPITULO X DE LOS CONTRATOS DE ADHESION

El presente Capítulo se compone de 6 Artículos, y que para su estudio los llamaremos de la siguiente forma:

Artículo 85.- Definición

Artículo 86.- Contratos Sujetos a Registro Obligatorio

Artículo 87.- Procedimiento para el Registro

Artículo 88.- Inscripción Voluntaria

Artículo 89.- Requerimiento de Información

Artículo 90.- Cláusulas Nulas

La expresión de Contrato de Adhesión, fue empleada por primera vez por el jurista francés Raymond Saleilles en su libro "De la déclaration de volonté", publicado en París en 1901, en donde lo caracterizó como:

(34) Apéndice al Semanario Judicial de la Federación 1917-1985, 4ª parte. págs. 260-261.

"el contrato en el que hay un predominio exclusivo de una sola parte, la cual obra como una voluntad unilaterial que dicta su Ley a una colectividad indeterminada y espera la adhesión de quienes acepten someterse al contrato" (35)

El Artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, define lo que se entiende por Contrato de Adhesión, que a la letra dice: "Artículo 85: Para los efectos de esta Ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Todo contrato de adhesión celebrado en territorio nacional, para su validez, deberá estar escrito en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista."(36)

La característica fundamental de los contratos de adhesión consiste en que una de las partes, que viene a ser el proveedor, formula los antecedentes, las declaraciones y las cláusulas del contrato, y frente a ellas la otra parte (consumidor) no tiene más opción que la de adherirse al contrato o no celebrarlo.

Esta es la razón por la que a los contratos de adhesión también se les denomina de contenido predispuesto. Asimismo, por ésta misma razón la naturaleza jurídica de estos actos ha sido muy discutida, ya que algunos autores consideran, que en los mismos no existe libertad

(35) Vallespinos, Carlos Gustavo, "EL CONTRATO POR ADHESION A CONDICIONES GENERALES", Buenos Aires, Edit. Universidad, 1984.

(36) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. pag.38.

contractual, por lo que niegan que tengan el carácter de verdaderos contratos.

La última parte del artículo 85, recoge dos requisitos de validez fundamentales de los contratos de adhesión, a saber: 1) Que el contrato esté escrito en idioma español, y 2) Que sus caracteres sean legibles a simple vista. La omisión o incumplimiento traerá como consecuencia la nulidad o anulabilidad de éste.

El Artículo 86 de la Ley de la Materia, relativo a los Contratos Sujetos a Registro Obligatorio, establece que sólo las Normas Oficiales Mexicanas podrán sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría, cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores.

En este sentido, la Ley vigente, suprimió el control administrativo previo general de los contratos de adhesión que contemplaba la Ley de 1975, ya que, sólo sujeta al registro obligatorio, a aquellos contratos que determine la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante las Normas Oficiales Mexicanas.

Ahora bien, tomando en cuenta lo anterior, podemos resumir que, si la Ley de 1975, imponía la obligación de inscribir los contratos de adhesión (y la actual también lo hace, bajo la condición de que así lo indique una Norma Oficial Mexicana), el incumplimiento de este requisito impuesto por una Ley de Orden Público, debe conducir a la conclusión de que el contrato es nulo.

En lo relativo al Procedimiento para el Registro, que establece el Artículo 87 de la Ley en estudio, regula el procedimiento para la inscripción de los contratos de adhesión, que requieran registro previo

conforme a una Norma Oficial Mexicana, y en este caso se reduce a la presentación de la solicitud con el modelo del contrato y a la resolución que emita la Procuraduría, aprobando o no el modelo de contrato de adhesión; y que para este fin, la Procuraduría se debe limitar a verificar que el modelo propuesto por el proveedor se apegue a los requisitos y condiciones que establezca la Norma Oficial Mexicana aplicable a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

El Artículo 88 de la Ley de la Materia, relativo a la Inscripción Voluntaria, contempla la posibilidad de que los proveedores inscriban voluntaria sus modelos de contrato de adhesión que no requieran registro obligatorio; para la inscripción de dichos modelos se deberán de tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- 1) Que los modelos no lesionen el interés de los consumidores, y
- 2) Que su texto se apegue a lo dispuesto a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En este sentido, y tomando en cuenta que el proveedor solicita voluntariamente la inscripción de su modelo de contrato de adhesión, no existe un procedimiento específico, no se podrán aplicar las reglas sobre la aprobación ficta que establece el artículo 87,

El Artículo 89 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo al Requerimiento de Información, faculta a la Procuraduría para requerir la información necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato de adhesión de que se trate, excluyendo de ésta facultad la información confidencial o que forme parte de patentes o algún otro título protegido por la legislación sobre propiedad industrial.

Es clara que esta facultad que tiene la Procuraduría, la realizará tanto en el procedimiento del registro obligatorio, como en el de registro voluntario.

Las Cláusulas Nulas a que se refiere el Artículo 90 de la Ley en Cita, tiene el mérito de introducir el sistema de control legislativo, ya no de los modelos de los contratos, sino de determinadas cláusulas que se consideran abusivas, inequitativas o desproporcionadas en perjuicio del consumidor; en este sentido si alguno de los contratos de adhesión contiene alguna de estas cláusulas se enterá que él mismo es nulo, en los términos que hemos visto en los artículos 87 y 88 del presente capítulo objeto de nuestro estudio; en tal virtud y por ser de gran importancia dichas cláusulas transcribiremos lo establecido por el artículo 90, que a la letra dice:

"Artículo 90: No serán válidas y se tendrán por no opuestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

- I.-** Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;
- II.-** Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;
- III.-** Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;
- IV.-** Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;
- V.-** Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y

VI.- Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta Ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros." (37)

I.- CAPITULO XI DEL INCUMPLIMIENTO

El presente Capítulo se compone de 5 artículos, que para su estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 91.- Pagos en Exceso

Artículo 92.- Incumplimiento en la Cantidad, Calidad o Especificaciones.

Artículo 93.- Reclamación al Vendedor o al Fabricante

Artículo 94.- Comprobaciones de Calidad

Artículo 95.- Reposición de Productos Devueltos.

El Artículo 91 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a los Pagos en Exceso, establece que los pagos hechos en exceso del precio máximo determinado o estipulado, son recuperables por el consumidor. Si el proveedor no devuelve la cantidad cobrada en exceso dentro del término de 5 días hábiles siguientes a la reclamación además de la sanción que corresponda, estará obligado a pagar el máximo de los intereses a que se refiere este artículo. La acción para solicitar la devolución prescribe en un año, a partir de la fecha en que tuvo lugar el pago.

(37) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. pag.39

Los intereses se calcularán con base en el CPP que determine el Banco de México, o cualquier otra tasa que sustituya oficialmente como indicador del costo de los recursos financieros.

En este sentido, es más adecuado que el artículo en comento, recurra para el cálculo de los intereses previstos, a un indicador económico confiable, como es el caso del CCP, que refleja el costo del dinero captado por las instituciones de crédito, en vez de facultar a una dependencia gubernamental para señalar una tasa de interés determinada, como lo establecía la Ley de 1975.

El Artículo 92 de la Ley de la Materia, relativo al Incumplimiento de la Cantidad, Calidad o Especificaciones, es un derecho básico en la protección a los consumidores, por lo que es necesario transcribirlo y que a la letra dice:

"Artículo 92: Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto, a la bonificación, compensación o devolución de la cantidad pagada, a su elección, en los siguientes casos:

- I.- Cuando el contenido neto de un producto o la cantidad entregada sea menor a la indicada en el envase o empaque, considerados los límites de tolerancia permitidos por la normatividad;
- II.- Si el bien no corresponde a la calidad, marca o especificaciones y demás elementos sustanciales bajo los cuales se haya ofrecido; y
- III.- Si el bien reparado no queda en estado adecuado para su uso o destino, dentro del plazo de garantía.

En los casos de aparatos, unidades y bienes que por sus características ameriten conocimientos técnicos, se estará al juicio de

peritos o a la verificación en laboratorios debidamente acreditados."

(38)

El Artículo 93 de la Ley de la Materia, relativo a la Reclamación al Vendedor o al Fabricante, establece el término de dos meses, para que el consumidor presente su reclamación indistintamente en contra del vendedor o el fabricante.

Sin embargo, no hay que olvidar lo que analizamos en el Capítulo de Garantías en el presente trabajo, toda vez, que el término puede ser mayor en base a la póliza de garantía otorgada por el proveedor. Asimismo, si en la garantía no se establece un término mayor, en atención al principio general del derecho **pacta sunt servanda** aplicaremos lo que establecen los artículos 7 y 42 de la Ley de la Materia, que ya hemos analizado en su momento oportuno.

Por lo que se refiere a las Comprobaciones de Calidad, que establece el Artículo 94 del Ordenamiento Legal en estudio, únicamente se limita a señalar las normas, los métodos y los procedimientos conforme a los cuales se debe llevar a cabo la comprobación de calidad y las especificaciones de bienes y servicios.

Por lo que toca a la Reposición de Productos Devueltos, que establece el Artículo 95 de la Ley de la Materia, menciona el derecho que tienen los proveedores o distribuidores, que hayan repuesto o reparado productos, a que se les repongan los mismos o se les cubra el costo de su reparación.

(38) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. pag.40

Esto es, el derecho frente a la persona de quienes adquirieron los bienes de que se trate, y está sujeto a la condición de que la devolución o la reparación no se haya originado por causa imputable al proveedor o distribuidor.

J.- CAPITULO XII DE LA VIGILANCIA Y VERIFICACION

El Presente Capítulo se compone de 3 Artículos, que para su estudio los llamaremos de la manera siguiente:

Artículo 96.- Atribuciones de la Procuraduría

Artículo 97.- Verificaciones por Denuncia y de Oficio

Artículo 98.- Visitas de Verificación

El Artículo 96 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativo a las Atribuciones de la Procuraduría, establece que la Procuraduría, con el objeto de aplicar y hacer cumplir las disposiciones de la presente Ley, cuando no corresponda a otra dependencia, practicará la vigilancia y verificación necesarias en los lugares donde se administren, almacenen, transporten, distribuyan o expendan productos o mercancías, actuando de oficio y en los términos que dispone la Ley Federal de Protección al Consumidor y por lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

En este sentido, la fracción XIII del artículo 24 de la Ley objeto de nuestro estudio, reitera la obligación de la Procuraduría para vigilar y

verificar el cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados registrados o autorizados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Asimismo en la fracción XIV del mismo artículo, se extiende esta atribución de vigilancia y verificación al cumplimiento de Normas Oficiales Mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivos, garantías y especificaciones industriales, las que se llevarán a cabo conforme a la propia Ley Federal de Protección al Consumidor, y en lo no previsto por ésta, en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

El Artículo 97 de la Ley de la Materia, relativo a las Verificaciones por Denuncia y de Oficio, establece que la Procuraduría puede llevar a cabo sus atribuciones de vigilancia y verificación con base en la denuncia, que puede presentar cualquier persona sobre hechos que constituyan o puedan constituir una infracción a la Ley, asimismo también puede hacerlo de oficio, esto es, sin la necesidad de presentar la denuncia.

Ahora bien, como la Ley no establece ninguna formalidad para la presentación de las denuncias, éstas podrán hacerse del conocimiento de la Procuraduría, por cualquier medio idóneo, esto es, ya sea por escrito, verbalmente, personalmente, por teléfono, etc.

El Artículo 98 de la Ley de la Materia, relativo a las Visitas de Verificación, establece lo que se entiende por la visita de verificación, que es aquella que se practica en los lugares a que se refiere el artículo 96, según corresponda y de acuerdo a lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, asimismo señala, en sus cuatro

fracciones, los supuestos en donde se realizan las visitas de verificación, a saber:

- I.- Examinar los productos o mercancías, las condiciones en que se ofrezcan éstos o se presten los servicios y los documentos e instrumentos relacionados con la actividad de que se trate;
- II.- Verificar precios, cantidades, cualidades, calidades, contenidos netos, masa drenada, tarifas e instrumentos de medición de dichos bienes o servicios en términos de esta Ley;
- III.- Constatar la existencia o inexistencia de productos o mercancías, atendiendo al giro del proveedor; y
- IV.- Llevar a cabo las demás acciones tendientes a verificar el cumplimiento de la Ley.

K.- ANALISIS

En el presente Capítulo, hemos analizado de una manera generalizada, los derechos sustantivos que prevé la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de Diciembre de 1992.

En este sentido, y tomando en cuenta, que esas normas sustantivas en que se basa el ejercicio de las relaciones entre quienes comercializan productos o servicios y los consumidores, se han establecido nuevos mecanismos para vigilar y proteger con mayor

eficacia y equidad los derechos e intereses de la población consumidora de México.

Asimismo, podemos considerar que este marco jurídico fortalece la rectoría del Estado en el ámbito de las relaciones comerciales y establece criterios claros dentro de las funciones básicas que son inherentes en la práctica del consumo, por lo que debemos de considerar a éste, como un servicio básico para la población y las ramas productivas nacionales.

Ahora bien, para determinar los principales derechos básicos de los consumidores, debemos tomar en cuenta, también, los principios básicos en las relaciones de consumo, a saber:

- "Protección de la vida, salud y seguridad del consumidor
- Educación y divulgación sobre el consumo que garanticen la libertad para escoger, y la equidad en las contrataciones.
- Información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios.
- La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos.
- Acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores.
- Otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos.
- Protección contra la publicidad engañosa y abusiva". (39)

(39) LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, Ob. cit. págs. 9 y 10

Estos principios básicos de las relaciones de consumo, se pueden considerar como los principios fundamentales que motivaron a la Ley vigente, en ellos se marca la esencia en el ejercicio de los derechos de la población consumidora, y porque no decirlo, que le permiten mejorar sus condiciones de vida a la familia mexicana, a través del destino adecuado y objetivo de sus recursos.

Así pues, y tomando en cuenta lo manifestado anteriormente, podemos clasificar que los Derechos Básicos de los Consumidores, en orden a su importancia como derechos sustantivos contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en favor de los consumidores, son 22 siendo los siguientes:

1º) Artículo 10: Protege la libertad y la seguridad e integridad personal de los consumidores, contra cualquier acción que pretendan llevar los proveedores, ya que éstos únicamente podrán poner, sin demora, a disposición del Ministerio Público a un consumidor cuando sea sorprendido en flagrancia en la comisión de un delito, hecho que además dispone el artículo 16 Constitucional, fuera de esta hipótesis, los proveedores no podrán llevar a cabo ningún acto que atente contra la libertad, seguridad o integridad personal de los consumidores

2º) Artículo 12: Este artículo compone el segundo derecho básico, ya que menciona que el proveedor está obligado a entregar factura, recibo o comprobante del servicio o bien contratado, independientemente de lo que disponga la legislación fiscal, toda vez,

que dichos documentos sirven de prueba de los derechos que adquiere el consumidor, y finalmente son las condiciones para que éstos puedan ejercer sus derechos, facultades y acciones previstas en la Ley de la Materia.

3º) Artículos 20, 21, 24 y 97: En razón de que disponen que el domicilio de la Procuraduría Federal del Consumidor será la Ciudad de México y que establecerá delegaciones en todas las entidades federativas, además de que para el despacho de los asuntos a su cargo se organizará de manera desconcentrada con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas en los términos de su Reglamento y Estatuto, así como las atribuciones que tiene la Procuraduría en defensa de los consumidores y que cualquier persona tiene el derecho de denunciar ante la Procuraduría las violaciones a las disposiciones de la Ley, actuando la Procuraduría a petición de parte o por oficio.

4º) Artículos 32, 33 y 34 considerados como derechos básicos en virtud de que al adquirir un producto o contratar un servicio, el consumidor tiene derecho a que la información y publicidad sea:

- Veraz y comprobable;
- Exenta de diálogos, sonidos, imágenes, etc. que induzcan al error, y
- Clara en el caso de productos importados, y expresando en idioma español sus datos, los precios en moneda nacional, así como su lugar de origen y lugares en donde se podrá hacer válida la garantía.

Es importante recalcar que uno de los sectores donde se ha encontrado mayor desarrollo en la protección jurídica del consumidor, es precisamente el combate contra este tipo de publicidad, que provoca un consumismo artificial y afecta la libertad de contratación, al inducir al consumidor a adquirir bienes u obtener servicios que carecen de las características anunciadas o no producen la satisfacción de las necesidades reales.

5º) Artículo 41, ya que todos los consumidores tienen el derecho de recibir la información que advierta sobre los riesgos de los productos, en el sentido de que los proveedores tendrán la obligación de incluir el instructivo o folleto que advierta sus características nocivas o explique el uso o destino recomendado del bien adquirido.

6º) Artículo 43, considerado como derecho básico, en virtud de que los proveedores y sus dependientes no pueden negar a los consumidores la venta, adquisición, renta o suministro de bienes o servicios. Esto es, que los proveedores no deben de condicionar la venta con la compra de otro producto, ya que los consumidores, tenemos el derecho de elegir los productos que deseemos, con los precios y las prestaciones que más nos convenga.

7º) Artículos 46, 47, 48, 49 y 50, relativos a las promociones y ofertas y considerados como derecho básico de los consumidores, en virtud de que ellos tienen el derecho de participar en los beneficios de las promociones y ofertas, así como a exigir su cumplimiento durante la

vigencia o existencia de los bienes o servicios promocionados por los proveedores. Cabe destacar, que al artículo 50, debemos de considerarlo como uno de los de mayor importancia dentro del capítulo de las promociones y ofertas, ya que otorga a los consumidores afectados por el incumplimiento de los proveedores a estos, las siguientes opciones:

- A) Exigir el cumplimiento de la misma**
- B) Aceptar otro bien o servicio equivalente**
- C) Rescindir el Contrato y cubrirle los respectivos daños y perjuicios.**

8º) Otro artículo considerado como Derecho Básico de gran importancia, es el que se establece en el numeral 56 de la Ley, ya que contiene el **plazo de reflexión y el perfeccionamiento del contrato**, esto es, que los consumidores podrán rescindir la operación dentro del plazo de **5 días** de la entrega del bien o de la firma del contrato, sin responsabilidad alguna por la revocación de su consentimiento.

9º) Es el que enmarca el artículo 57, en razón de que los consumidores tienen derecho a que en todo establecimiento de prestación de servicios se exhiba a la vista del público los precios y tarifas de los principales servicios ofrecidos, así como tener disponible, los precios de los demás servicios, lo anterior, para evitar que los consumidores sean sorprendidos con cobros adicionales de los que se incluyen.

10º) Otro de los derechos básicos con el que los consumidores se han favorecido, es el que establece en el numeral 58, relativo a disfrutar en

Igualdad de condiciones de los servicios ofrecidos, en este sentido, los consumidores no deben de ser objeto de preferencias o discriminación alguna, salvo por causas plenamente justificadas, (que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento).

11º) Artículo 60, relativo a recibir la calidad en el servicio de reparación, con partes y refacciones apropiadas, en este sentido, los consumidores al solicitar una reparación o servicio, el consumidor tiene derecho a exigir que se utilicen partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, salvo que autorice expresamente la utilización de otras, si éstas, están sujetas a la norma de cumplimiento obligatoria (Norma Oficial Mexicana), mismas que deberán tener la contraseña de la **NOM**.

12º) El que establece el artículo 61; en virtud de que si por deficiencia de cualquier servicio de mantenimiento o reparación, el bien se pierde o sufre deterioro total o parcial, los consumidores tienen derecho a recibir una indemnización por el daño sufrido

13º) Este es un derecho básico importante que la Ley anterior no contemplaba, me refiero al Servicio de Tiempo Compartido y su Contrato para la Prestación de éste, que establecen los artículos 64 y 65 de la Ley de la Materia, en este sentido, los consumidores están obligados a recibir información clara y suficiente sobre la adquisición de los mismos. Así, la renta o la preventa de un tiempo compartido, sólo

podrá iniciarse previa notificación a la SECOFI y bajo contrato que especifique:

- Nombre y Domicilio del proveedor
- Lugar donde se prestará el Servicio
- Determinación Clara de los derechos de uso y goce
- Costo de los gastos de mantenimiento
- Opciones de intercambio y
- Descripción de fianzas y garantías.

Además de estas especificaciones, los contratos de prestación de servicios de Tiempos Compartidos se deberán sujetar a lo que exige la NOM-029-SCFI-1993, "Información comercial-Elementos normativos del servicio de tiempo compartido, publicada en el DOF el 30 de Noviembre de 1993.

14º) El que establece el artículo 66, toda vez, que los proveedores en toda operación a crédito, están obligados a informar a los consumidores:

- Precio de contado e intereses a pagar
- Número de pagos y periodicidad
- Reducción de intereses por pronto pago
- Fecha de entrega del producto o de la prestación del servicio.

15º) Otro derecho básico, es el relativo a las condiciones justas en la aplicación de intereses por compras a crédito, que establece el artículo 69. Así en los casos de compra-venta de un bien o servicio, si se pacta el precio a crédito, los intereses se causarán sólo sobre saldos insolutos

y su pago no podrá ser exigido por adelantado, únicamente por períodos vencidos; en este sentido, el artículo en comento, contiene dos reglas importantes que los consumidores deben tener en cuenta para la celebración de este tipo de contratos:

1º.- Sobre la causación de los intereses, que sólo podrá ser sobre saldos insolutos;

2º.- Que el pago de los intereses no podrá ser exigido por adelantado.

16º) Los artículos 73, 74, 75 y 76, contemplan otro derecho básico, relativo al cumplimiento en la entrega de bienes inmuebles; en tal virtud, los proveedores deberán efectuar la entrega física o real del bien materia de la transacción en el plazo pactado con el consumidor y de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas u ofrecidas, y mediante un acta que de constancia de lo anterior.

17º) El derecho de los consumidores a recibir las garantías en los términos claros y precisos que contempla el artículo 78 de la Ley; en este sentido, las garantías de los productos y servicios deben darse por escrito, indicar claramente su duración, condiciones en que se cumple y dónde acudir, para la reparación del bien.

18º) El derecho de los consumidores a rescindir los contratos celebrados, cuando los productos adquiridos tengan defectos de fabricación o vicios ocultos, que establece el artículo 82 de la Ley. En este sentido, los consumidores al adquirir un bien y, sin saberlo, tiene algún defecto que lo haga impropio para su uso, el consumidor puede optar por la devolución de su dinero o la reducción del precio.

19º) El derecho que se deriva de lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley, relativo a que los consumidores deban recibir la información de los contratos de adhesión, escritos en español y con letra legible a simple vista. En este sentido el Contrato de Adhesión a que se refiere el artículo en comento, es el documento elaborado por el proveedor donde se establecen las condiciones aplicables para la adquisición de un producto o la prestación de un servicio.

20º) El derecho derivado del artículo 91 de la Ley, relativo a recibir el reembolso cuando se pague más del precio máximo determinado, o en su caso, estipulado.

21º) El artículo 92 fracción I, el cual establece que los consumidores tienen derecho a la reposición de los productos, a la bonificación, compensación o devolución de lo pagado, cuando el contenido neto de un producto o la cantidad entregada sea menor a la del empaque, y como último derecho básico de los consumidores;

22º) Se establece también en el artículo 92 en su fracción II, y que consiste en la reposición, bonificación, compensación o la devolución, si los productos no reúnen las condiciones de calidad, marca o especificaciones ofrecidas

CAPITULO III

DE LA RECEPCION DE LA QUEJA ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A.- INFORMACION Y ASESORIA

B.- LA QUEJA EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

1.- PLANTEAMIENTO

2.- DOCUMENTOS BASE DE ACCION

A) CONTRATOS

B) NOTAS DE REMISION

C) FACTURAS

D) RECIBOS

C.- PROCEDENCIA DE LA QUEJA

D.- IMPROCEDENCIA DE LA QUEJA

E.- LA RECEPCION DE LA QUEJA

1.- TRAMITE

A) VERIFICACION

B) AUDIENCIA DE CONCILIACION

C) CONCILIACION TELEFONICA

D) EXHORTO

2.- FECHA DE AUDIENCIA

A) NOTIFICACION AL CONSUMIDOR

B) NOTIFICACION AL PROVEEDOR

F.- ANALISIS

CAPITULO III

LA RECEPCION DE LA QUEJA ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A.- INFORMACION Y ASESORIA

Con la promulgación del Reglamento y Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, publicados en el Diario Oficial de la Federación en fechas 23 y 24 de Agosto de 1994, respectivamente, corresponde a la Subprocuraduría de Servicios al Consumidor, a través de la Dirección General de Quejas y Conciliación, proponer y aplicar los lineamientos que deberán observar las Delegaciones para establecer los mecanismos de orientación, consulta y asesoría jurídica a los consumidores y proveedores, respecto de sus derechos y obligaciones.

En este sentido, las Delegaciones de la Procuraduría, cuentan con un módulo de recepción, los cuales representan el primer contacto de la Procuraduría con los consumidores; dentro de éste módulo, la persona que lo atiende verifica que los consumidores cumplan con los requisitos para presentar su reclamación, a saber:

- Nombre y domicilio del reclamante
- Descripción del bien o servicio que se reclama y relación sucinta de los hechos, y
- Señalar nombre y domicilio del proveedor que se contenga en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación, o en su defecto, el que proporcione el reclamante.

De cumplir con los requisitos, se les asigna un receptor para que proceda a levantar su queja.

La Asesoría, como lo hemos citado, es una atribución de la Procuraduría que consiste en promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y prestar asesoría a consumidores y proveedores.

Ahora bien, para poder proporcionar la asesoría solicitada por el interesado, es necesario que éste presente los documentos base de la acción, y para el caso de que carezca de ellos, se tomará en cuenta lo expuesto por el reclamante y así el asesor pueda determinar la procedencia de la queja, o bien, que autoridad es la competente. Para el caso de que la Procuraduría no pueda conocer del asunto, proporcionará al compareciente el domicilio de la autoridad que deba conocer del problema, ya que el Departamento de Quejas de las

Delegaciones, cuenta con un directorio de las Dependencias de Gobierno, así como del Poder Judicial.

B.- LA QUEJA EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

La queja es similar a la demanda en virtud de que ambas son el acto por medio del cual se inicia un procedimiento, ahora bien, la diferencia que existe entre la queja y la demanda es que ésta última da inicio a la función del órgano jurisdiccional, y la queja da inicio al procedimiento del órgano administrativo y que en este caso es la Procuraduría Federal del Consumidor.

En este sentido, y para el caso del órgano jurisdiccional el maestro Rafael De Pina señala: "los jueces tienen la potestad de administrar justicia, quienes la ejercen aplicando las normas jurídicas generales y abstractas a los casos concretos que deben decidir, ahora bien, la aplicación de la norma general al caso concreto puede deducirse, a veces, la necesidad de ejecutar el contenido de la declaración formulada por el juez y entonces la actividad jurisdiccional no es ya meramente declarativa, sino también ejecutiva." (40)

En el caso de un órgano administrativo como lo es la Procuraduría,

(40) De Pina, Rafael "TEORIA GENERAL DEL PROCESO", Universidad Nacional Autónoma de México, 1990. 2ª Edic. Pág. 139

lo que se busca es el acercamiento de las partes para discutir amigablemente el problema y tratar de llegar a un acuerdo, y que para el caso de que no exista éste, la Procuraduría se encuentra facultada para emitir una resolución, la cual únicamente tiene efectos declarativos y por ningún motivo de ejecución.

1.- PLANTEAMIENTO

Se refiere a que los motivos que se expongan en la queja sean muy claros y completos con respecto a las causas de incumplimiento y a las peticiones que realice el consumidor en el caso concreto, esto es, en razón de que la queja es la base de todo el procedimiento posterior, es decir, el conciliatorio, el arbitral, en caso de que las partes se sometan, y el de resolución administrativa, por lo que es indispensable que el planteamiento sea muy claro y preciso.

El planteamiento de la queja también puede ser elaborado por escrito por los consumidores y presentarlo ante la Oficialía de Partes de la Delegación, aunque en la mayoría de los casos, es el receptor de la Procuraduría, quien elabora la queja anotando de una manera sucinta los hechos controvertidos.

2.- DOCUMENTOS BASE DE LA ACCION

Para allegarse de todos los elementos necesarios, la Procuraduría Federal del Consumidor, solicitará al consumidor que le proporcione dos copias de toda la documentación inherente a la relación contractual que tenga en su poder, para contar con todos los elementos legales pertinentes a efecto de brindar la ayuda al consumidor.

Como documento base de la acción, entenderemos genéricamente, a lo que vincula contractualmente a dos o más partes, el cual apoyado en la doctrina crea, modifica, transfiere o extingue obligaciones.

A) CONTRATOS

Es el "convenio en virtud del cual se produce o se transfiere una obligación o un derecho (Art. 1793 del Código Civil para el Distrito Federal)" (41)

Ahora bien los contratos pueden ser verbales o escritos:

- **Verbales:** Cuando los derechos y las obligaciones adquiridas por ambas partes, se establecen de palabra entre las mismas.
- **Escritos:** Cuando las obligaciones adquiridas quedan plasmadas en un documento.

(41) De Pina, Rafael, Ob. Cit. pág. 180

B) NOTAS DE REMISION

Nota: "(Voz lat) señal puesta en algo, para hacerlo conocer" **(42)**

Remisión: "(Issionem) acción o efecto de remitir" **(43)**

C) FACTURAS

Son los "documentos extendidos para hacer constar la mercancía o mercancías que han sido objeto de una operación comercial y el importe de ésta para su cobro." **(44)**

D) RECIBOS

Son los "documentos extendidos para hacer constar que se ha recibido una cosa o una cantidad de dinero y en que concepto." **(45)**

(42) Diccionario Enciclopédico y Atlas Universal, Edit. Codex, S.A., Buenos Aires 1958, Tomo II, 7ª Edic. pág. 887

(43) Idem. pág. 1197

(44) De Pina, Rafael, Ob. Cit. pág. 269

(45) Idem. pág. 42

C.- PROCEDENCIA DE LA QUEJA

Para poder establecer la procedencia de la queja, primeramente debemos conocer lo que la Ley Federal de Protección al Consumidor entiende por consumidor y proveedor:

"Consumidor: Es la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros."

"Proveedor: Es la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios." (46)

Ahora bien, la queja será procedente, siempre y cuando la persona que promueva tenga el carácter de consumidor y su contraparte de proveedor, atento a lo dispuesto por el artículo 6º de la Ley:

"Artículo 6º: Estarán obligados al cumplimiento de ésta Ley, los proveedores y consumidores. Las entidades de las administraciones públicas federal, estatal y municipal, están obligadas en cuanto tengan el carácter de proveedores o consumidores." (47)

En este sentido, podemos concluir, que para que una queja sea procedente es necesario que la persona que reclama haya adquirido un bien o la prestación de

(46) Ley Federal de Protección al Consumidor, pág. 10

(47) Idem. pág. 11

un servicio para su utilización, y su contraparte, se dedique habitualmente a realizar actos de comercio, aún cuando sean organismos descentralizados u órganos del Estado, los que realicen actividades de producción.

Asimismo, es procedente la queja cuando se presente dentro de los supuestos que establece el artículo 105 de la Ley:

"Artículo 105: Salvo lo dispuesto en esta Ley, los consumidores deberán presentar la reclamación dentro de los seis meses siguientes a cualquiera de los siguientes supuestos, el que ocurra primero:

I.- Tratándose de enajenación de bienes o prestación de servicios.

a) A partir de que se expida el comprobante que ampare el precio o la contraprestación pactada.

b) A partir de que se pague el bien o sea exigible total o parcialmente el servicio; o

c) A partir de que se reciba el bien, o se preste efectivamente el servicio.

II.- Tratándose del otorgamiento del uso o goce temporal de bienes:

a) A partir de que se expida el recibo a favor del que disfruta del uso o goce temporal; o

b) A partir de que se cumpla efectivamente la contraprestación pactada en favor del que otorga el uso o goce temporal.

Tratándose de bienes inmuebles, el plazo a que se refiere este artículo será de un año." (48)

(48) Ob. cit. págs. 44 y 45

D.- IMPROCEDENCIA DE LA QUEJA

La queja no procede ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando el proveedor se encuentra en los supuestos que establece el artículo 5º de la Ley:

"Artículo 5º: Quedan exceptuadas de las disposiciones de esta Ley, los servicios que se presten en virtud de una relación o contrato de trabajo, los de las Instituciones y Organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de las Comisiones Nacionales Bancarias, de Valores o de Seguros y Fianzas; así como los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil." (40)

Asimismo, además de los supuestos anteriores, no es procedente la queja bajo las siguientes consideraciones:

- 1) Cuando de la exposición del problema hecha por el consumidor, o bien que los documentos inherentes al contrato celebrado, se desprenda que no existe relación entre de lo que propiamente se denomina consumidor y proveedor, de conformidad con la Ley de la Materia.
- 2) Que el término para reclamar el cumplimiento del contrato, cualquiera que sea su naturaleza, se encuentre vencido y no medie alguna circunstancia que a criterio del receptor constituya un elemento para interrumpir la prescripción, esto es, que hayan vencido los términos establecidos por el artículo 105 de la Ley.

(40) Ob. Cit. pág. 11

- 3)** Aquellos contratos referentes a bienes inmuebles que impliquen problemas por cuanto hace a la regulación, aclaración o trámite de la tenencia de la tierra.
- 4)** Que la reclamación consista en la rescisión de un contrato sin que medie causa debidamente justificada para ello, y se exija la devolución total de las cantidades aportadas. La excepción al respecto, la establece la Ley en estudio en su capítulo V, referente a las ventas a domicilio.
- 5)** Cuando la queja fue interpuesta en contra de sociedades o asociaciones civiles y que no se refiera a un acto de comercio.
- 6)** Que la reclamación haya sido motivo de otra queja presentada con anterioridad ante la misma institución, en la que exista identidad de consumidor, proveedor y motivo de la reclamación.
- 7)** Cuando la reclamación consista únicamente en el pago de daños y perjuicios derivado de un contrato cumplido.
- 8)** Cuando el quejoso tenga el carácter de proveedor en la relación en estudio.

Cabe aclarar que la Procuraduría, aplica siempre el criterio de que lo manifestado por el consumidor es veraz, por lo que corresponde al proveedor la carga de la prueba.

E.- LA RECEPCION DE LA QUEJA

Como ya le hemos dicho, un punto importante en la recepción de la queja, es el planteamiento del motivo de la reclamación, esto es, que se realice en forma clara y concreta con respecto de a las causas de incumplimiento, y que se aporten los datos necesarios para localizar y citar al proveedor; en este sentido si el consumidor no aporta los datos para la localización del proveedor, la Procuraduría Federal del Consumidor, podrá solicitar el auxilio de las autoridades federales, estatales, municipales o del Distrito Federal, para que le proporcionen los datos necesarios para la localización e identificación del proveedor.

Otra situación que se debe de contemplar y que se presenta al recibir la queja, es cuando existe la necesidad de citar a dos proveedores, en este sentido el receptor de la Procuraduría, debe llenar los espacios respectivos a los dos proveedores del formato de registro de queja (RQ-01), en virtud de que es conveniente que la reclamación se levante tanto en contra del distribuidor como del fabricante del producto o el obligado a la prestación al servicio, ya que éste último, es el original responsable del motivo de reclamación, además de que con éste trámite se evitaría citarlo a la segunda audiencia, lo anterior, tomando en cuenta que en la práctica del procedimiento conciliatorio ante PROFECO, es usual que el distribuidor del producto se excepcione manifestando que no tiene talleres para hacer efectiva la garantía, solicitando se cite al fabricante. En este sentido, la Ley establece que

se puede citar indistintamente a cualquiera de ellos, a elección del consumidor.

Una vez determinada la procedencia de la queja, el receptor escuchará al consumidor, en cuanto a la relación de hechos, asimismo, analizará los documentos base de la acción que presenta éste último, para ubicar la reclamación dentro del marco de la Ley Federal de Protección la Consumidor.

El criterio para la recepción de la queja es muy flexible, en lo que respecta al fondo del asunto, éste sólo se ubica dentro del marco de la Ley, y por lo que respecta a la personalidad del consumidor, corresponde en todo caso al proveedor oponer las excepciones que estime necesarias.

1.- TRAMITE

Al momento de levantar la queja, es muy importante determinar el trámite que se debe designar a ésta, ya que depende de la naturaleza del asunto, y sí el consumidor tiene en su poder los documentos necesarios para acreditar su petición en contra del proveedor o prestador de servicios; estos trámites pueden ser:

A) VERIFICACION

El vocablo verificar proviene del latín **verdus**, que significa **verdadero**; y **fácere**, que significa **hacer**.

En este sentido, al acto administrativo denominado verificación, puede conceptuarse como: una diligencia que tiene por objeto comprobar la verdad de algo.

Ahora bien, debido a que las diligencias de verificación se desahogan en el domicilio del particular, pueden conceptuarse como visitas domiciliarias, por tal motivo deben de cumplir ciertas formalidades:

- A) La expedición del oficio respectivo**
- B) Que la diligencia debe limitarse a lo que se haya ordenado en dicho oficio.**
- C) Que al concluir la misma se levante acta circunstanciada, en presencia de dos testigos propuestos por la persona con quien se haya entendido la diligencia, o negativa, por el verificador comisionado.**

Así, la verificación en la Procuraduría tiene como principales fines los siguientes.

- 1) Comprobación de la relación contractual,**
- 2) Obtención de datos,**
- 3) Para recabar documentos (mejor proveer),**
- 4) Desahogo de una inspección ocular, y**
- 5) Encontrarse hacia la conciliación del asunto.**

B) AUDIENCIA DE CONCILIACION

Este trámite lo establece el artículo 111 de la Ley, que dice: la Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar, por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor. Asimismo el artículo 112 establece que: en caso de que el proveedor no se presente a la audiencia o no rinda informe relacionado con los hechos, se le impondrá medida de apremio y se citará a una segunda audiencia, en un plazo no mayor de 10 días, en caso de no asistir a ésta se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el reclamante.

En este sentido, la audiencia de conciliación es la que da inicio al procedimiento conciliatorio que establece la Ley de la Materia, ante la Procuraduría Federal de Consumidor.

C) CONCILIACION TELEFONICA

Este trámite tiene su fundamento en el artículo 111, párrafo segundo de la Ley que establece: La conciliación podrá celebrarse vía

telefónica o por otro medio idóneo, en cuyo caso será necesario que se confirmen por escrito los compromisos adquiridos.

En este sentido, la conciliación telefónica, es el medio mas eficiente, para que los consumidores que ven afectados sus intereses, obtengan una respuesta más rápida a la solución de su problema, siempre y cuando se reúnan los siguientes requisitos:

- A) Que exista un documento base de la acción,**
- B) Que conste el nombre completo del proveedor o prestador del servicio,**
- C) El domicilio completo del proveedor y su R.F.C., y**
- D) Que se establezca su número telefónico.**

De concurrir todos los requisitos, el receptor-conciliador, mediante un formato específico asentará éstos e intentará por todos los medios posibles la conciliación telefónica, y de lograrse ésta, expresará los compromisos adquiridos por el proveedor así como el tiempo para cumplimentarlos, dando copia de dicho formato al consumidor para verificar su cumplimiento.

Ahora bien, y para el caso de que el proveedor no haya dado cumplimiento a los compromisos adquiridos, se citará a éste a una audiencia de conciliación requiriendole los documentos donde acredite fehacientemente su cumplimiento, en los términos de los artículos 13, 111 párrafo segundo y 112

D) EXHORTO

Este trámite se establece cuando el domicilio del proveedor se encuentra fuera de la jurisdicción de la Delegación de la Procuraduría actuante, por lo que ésta, deberá de girar oficio foráneo (exhorto) a la Delegación correspondiente al domicilio del proveedor, para que sea notificado de la fecha y hora de la audiencia de conciliación de que se trate.

Cabe aclarar que la Delegación que reciba dicho oficio de notificación podrá celebrar la audiencia en su jurisdicción levantando acta circunstanciada donde consten todos los compromisos adquiridos por el proveedor, debiendo enviar constancia de la misma a la Delegación solicitante.

2.- FECHA DE AUDIENCIA

A) NOTIFICACION AL CONSUMIDOR

Para el caso de que la queja se haya presentado en forma personal, por el consumidor o su representante legal, la notificación correspondiente se realizará al momento de recibir la copia de la misma debidamente suscrita por él, en la cual se hace constar el día, la hora y

el conciliador que la diligenciará, asimismo se le informa que deberá asistir debidamente identificado y para el caso de que sea persona moral, asistir con la personalidad debidamente acreditada en los términos del artículo 109 de la Ley.

Ahora bien, para el caso de que la queja haya sido presentada por escrito, vía Oficilía de Partes, la notificación se realizará en forma personal al domicilio que haya señalado en su escrito, atento a lo dispuesto por el artículo 104 de la Ley de la Materia, donde se indicarán los mismos términos de la notificación en forma personal, esto es, el día, la hora y el conciliador que estará a cargo de la diligencia de la audiencia, así como, los términos en que deberá acreditar su personalidad.

B) NOTIFICACION AL PROVEEDOR

Se realizará en los términos de los artículos 103 y 104 de la Ley en Cita, corriéndole traslado de la queja presentada por el consumidor, así como, de los documentos base de la acción si los hubiera, indicándole el día y la hora en que deberá de comparecer ante el conciliador designado, debiendo acreditar su personalidad en los términos del artículo 109 de la Ley en comento, asimismo en dicha notificación queda apercibido de que para el caso de no rendir el informe requerido en los términos de los artículos 13, 111 y 112 de la Ley de la Materia se le

impondrá una multa hasta por la cantidad equivalente a 200 veces el Salario Mínimo General Diario Vigente en el distrito Federal.

F.- ANALISIS

En el presente capítulo, hemos visto el procedimiento de la recepción de la queja que se sigue ante las Delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, en los términos de la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, y que tradicionalmente no ha cambiado en relación a la Ley anterior.

Ahora bien es importante destacar, el apoyo que da la PROFECO a los consumidores con el trámite de la Conciliación Telefónica, ya que con el mismo, se ha logrado abatir el tiempo y aumentar la efectividad en la atención y solución de las quejas de los consumidores, toda vez, que con éste trámite, los consumidores que asisten a la Institución mencionada en busca de la solución a su problema, inclusive el mismo día quedan satisfechos, evitando así, todo el procedimiento conciliatorio, que en algunas ocasiones es demasiado tardado

Con este trámite, la PROFECO ha recuperado la credibilidad que había perdido, asimismo ha ido borrando la falsa imagen que se había formado de ser paternalista de los derechos del consumidor, para convertirse en una Autoridad verdaderamente protectora de las relaciones de consumo entre los consumidores y los proveedores.

Sumado a este esfuerzo, es importante destacar también, la labor de Orientación y Asesoría que realiza esta Institución, ya que canaliza a los consumidores ante la Autoridad correspondiente, cuando su queja no es procedente ante PROFECO, evitándoles la molestia y muchas veces su pérdida de tiempo en la solución de sus problemas.

A manera de conclusión, el procedimiento de la recepción de la queja ante la PROFECO, es adecuado e inclusive rápido, con el sistema de recepción de quejas por computadoras con el que actualmente cuentan las Delegaciones de esa Institución; pero podría ser mejor si la Institución lograra erradicar la recepción de las **quejas notoriamente improcedentes** como se estipula en la Ley de la Materia (Art. 101), ya que es un vicio que no se ha podido solucionar a través de los años de ésta Institución, y que posiblemente este rubro sea el causante de la desconfianza e incredulidad de los consumidores.

Considero que en esta época de cambio, en donde la economía tiene sus altibajos, la población consumidora necesita de Instituciones en las que se pueda creer y en las que tenga un respaldo a su economía que cada día se ve más afectada; la PROFECO al respecto, es una de éstas Instituciones en las que se puede confiar y en la que recae el gran peso de las reclamaciones que no obsorven los Tribunales, por ello es indispensable que la PROFECO atienda las quejas con calidad y no por cantidad, para que con esta actitud recobre su credibilidad y no siga siendo considerada como el elefante blanco como muchos detractores argumentan.

CAPITULO IV

PROCEDIMIENTOS ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A.- PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO

- 1.- DESARROLLO**
- 2.- SUPUESTOS QUE SE PRESENTAN**

B.- TERMINACION DE LA ETAPA CONCILIATORIA

- 1.- CELEBRACION DE CONVENIOS**
 - A) EFECTOS DE LOS CONVENIOS**
 - B) EJECUCION DEL CONVENIO**
- 2.- DESISTIMIENTO DE LA QUEJA**

C.- PROCEDIMIENTO ARBITRAL

- 1.- EN AMIGABLE COMPOSICION**
- 2.- EN ESTRICTO DERECHO**
- 3.- LAUDO ARBITRAL**

D.- PROCEDIMIENTO DE SANCION POR INFRACCIONES A LA LEY

- 1.- RESOLUCION ADMINISTRATIVA**
- 2.- NATURALEZA JURIDICA**

E.- MEDIDAS DE APREMIO Y SANCIONES EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

F.- MEDIOS DE IMPUGNACION ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

- 1.- RECURSO DE REVISION**
- 2.- RECURSO DE REVOCACION**

G.- ANALISIS

CAPITULO IV

PROCEDIMIENTOS ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A.- PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO

1.- DESARROLLO

Antes de entrar al objeto de nuestro estudio, es importante definir lo que se entiende por conciliación; al respecto Rafael De Pina, la define como: "El acuerdo celebrado entre quienes se encuentran ante el conflicto de intereses, con objeto de evitar un juicio o poner rápido fin a uno ya iniciado, (sin correr todos los trámites que, en otro caso serían precisos para concluirlos)". (50)

(50) De Pina, Rafael, Ob. Cit. págs. 166 y 167.

Con esta definición, ponemos de manifiesto que la función primordial de la Procuraduría Federal del Consumidor, es la de impartir justicia en forma rápida, justa y equitativa, sin costo alguno y siguiendo con la imagen de ser una Autoridad incorruptible, como lo ha sido desde su inicio.

Ahora bien, para dar inicio al procedimiento conciliatorio, es indispensable que el expediente se encuentre radicado en el Area de Conciliación de la Delegación actuante, y que el mismo éste debidamente integrado con los documentos del asunto en particular que por fuerza tengan que constar; lo anterior con la finalidad de que el conciliador tenga todos los elementos necesarios con los que se pueda auxiliar y orientar en la solución del problema planteado y la obtención de su fin, que es la conciliación.

Los documentos que un expediente debidamente integrado debe contener, son los siguientes:

- a)** Escrito inicial de queja en original,
- b)** Queja escrita promovida y firmada por el consumidor,
- c)** Documentos base de la acción del consumidor,
- d)** Informe de la Verificación practicada por la Institución, en el caso de que no existan documentos base de la acción, y
- e)** Constancia de la notificación practicada

Los expedientes le son entregados al conciliador por lo menos con 24 horas de anticipación, a efecto de que pueda analizar el caso concreto y buscar la base jurídica que soporte las pretensiones del quejoso, así como, planear las alternativas de solución que propicien la conciliación.

Es importante mencionar también, que el desarrollo de la conciliación, encuentra su fundamentación en el Capítulo XIII, Sección Segunda, de la Ley en Cita, y que debemos de considerarla como la esencia real, específica y funcional de la Procuraduría Federal del Consumidor, asimismo dentro de las principales características de la conciliación están:

- 1) El avenimiento de las partes, ésto es, la conciliación entre las partes,
- 2) El de evitar litigio o juicio alguno entre las partes en los Tribunales competentes; y
- 3) La economía procesal y administrativa en cuanto al procedimiento.

2.- SUPUESTOS QUE SE PRESENTAN

Antes de entrar a nuestro estudio, es importante recalcar que toda acta que se levante ante la PROFECO, deberá de contar con los siguientes elementos:

- a) Lugar día y hora en que se practique la diligencia,
- b) El tipo de la Audiencia de que se trate y su fundamento,
- c) El nombre del funcionario ante quien se actua, así como el nombre del conciliador quien lo asiste,
- d) Asentar los datos de los comparecientes (acreditar su personalidad),
- e) Concederles el uso de la palabra a los comparecientes; y
- f) Acuerdo que recaiga a la misma.

De los anteriores elementos, el de gran importancia es que las partes acrediten su personalidad conforme a derecho, en virtud de que

para el caso de que contraigan obligaciones, éstas tengan plena validez jurídica.

En este sentido debemos considerar a la personalidad como la: "Idoneidad para ser sujeto de derechos y obligaciones. Capacidad para estar en juicio".**(51)**

Al respecto la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 109, establece que: "Para acreditar la personalidad en los trámites ante la Procuraduría, tratándose de personas físicas bastará carta poder firmada ante dos testigos, en el caso de personas morales se requerirá poder notarial." **(52)**

Cabe aclarar, que en relación a las negociaciones mercantiles o razones sociales, el compareciente por ellas, deberá acreditar ser el propietario, además de exhibir toda la documentación inherente a la misma, esto es, Alta de Hacienda, R.F.C., Cédula de Identificación Fiscal, entre otros.

Ahora bien, si alguna de las partes no acredita la personalidad, el conciliador podrá actuar de la siguiente forma:

- 1)** Tener por no presentada a la parte que no la acredite, y por ende hacer efectivo el apercibimiento decretado en la acta anterior.
- 2)** Prevenir a la parte que corresponda para que acredite su personalidad en el término que se considere necesario para ello.

Una vez que hemos establecido los elementos que contiene un acta y la personalidad de las partes, entraremos al objeto de nuestro estudio; Así, tenemos que el procedimiento conciliatorio cuenta con

(51) De Pina, Rafael, Ob. Cit. Pág. 365.

(52) Ley Federal de Protección al Consumidor, Ob. Cit. Pág. 46.

tres audiencias, las que se encuentran contenidas en los artículos 111, 112 y 114 de la Ley de la Materia, a saber:

- **Audiencia de Rendición de Informe y Conciliación**
- **Audiencia de Conciliación**
- **Suspensión de la Audiencia de Conciliación.**

Ahora bien, en cada una de las Audiencias referidas, se presentan un sin número de supuestos que se dan en base a las circunstancias del caso concreto, pero para el objeto de nuestro estudio, únicamente analizaremos las siguientes:

AUDIENCIA DE RENDICION DE INFORME Y CONCILIACION DONDE COMPARECEN AMBAS PARTES

El conciliador levantará el acta correspondiente, en la que asentará la comparecencia de las partes; el carácter con que lo hacen (si es por su propio derecho o por conducto de su representante legal); con que documento se identifican, y si acreditan, en su caso, la representación; si el proveedor rinde o no el informe, y se les exhortará a resolver su controversia; posteriormente se les concederá el uso de la palabra para que manifiesten lo que a su derecho corresponda, y proseguirá a dictar el acuerdo respectivo.

Dentro del acuerdo, se hará constar la comparecencia de las partes, y si éstas se identificaron y acreditaron su personalidad conforme a derecho; si se rindió o no el informe requerido el proveedor, asimismo se acordarán las manifestaciones vertidas por los comparecientes, resolviéndose las peticiones o argumentos planteados a

fin de cumplir con la legalidad del procedimiento; de haberse celebrado un convenio, se aprobará el mismo, y de no ser posible, el conciliador designará nuevo día y hora para la celebración de la siguiente audiencia de conciliación, quedando en ese acto debidamente notificados los comparecientes, apercibiendo a las partes para el caso de no asistir, al proveedor con la aplicación de una multa y al consumidor con archivar su expediente por su falta de interés jurídico.

AUDIENCIA DE RENDICION DE INFORME Y CONCILIACION CUANDO NO COMPARECE EL PROVEEDOR

En ésta audiencia, el conciliador tendrá que hacer constar si el proveedor fue o no debidamente notificado, por lo que en el acta correspondiente asentará dichas circunstancias, asimismo deberá identificar y acreditar al compareciente por el consumidor y concederle el uso de la palabra.

Dentro del acuerdo, el conciliador deberá acordar cualquier petición del consumidor para guardar la legalidad del procedimiento, asimismo y para el caso de que el proveedor haya sido legal y oportunamente notificado procederá a la aplicación de la multa en los términos de Ley, por no comparecer y no rendir el informe que le fue requerido, notificando a la Tesorería correspondiente para su conocimiento y cobro, procediendo a señalar nueva fecha para la audiencia, quedando notificado el compareciente de la misma en ese acto y ordenando la notificación al proveedor apercibiendo a las partes para el caso de inasistencia

Ahora bien y para el caso de que el proveedor no haya sido notificado en los términos de Ley, el conciliador deberá asentar dicha omisión, sin aplicar la multa, toda vez, que no fue notificado, por lo que deberá citar nuevamente a la audiencia de rendición de informe y conciliación.

AUDIENCIA DE RENDICION DE INFORME Y CONCILIACION CUANDO NO COMPARECE EL CONSUMIDOR

En ésta audiencia al igual que en la anterior, el conciliador deberá hacer constar si el consumidor fue notificado o no a la audiencia de referencia.

Asimismo al levantar el acta correspondiente identificará y acreditará al compareciente por el proveedor y si éste rindió o no su informe, acordando las peticiones que haya formulado en el uso de la palabra que se le concedió.

Cabe aclarar que el consumidor queda notificado en el momento mismo en que presenta su queja, como ya lo hemos visto en el procedimiento de recepción de quejas, por lo que el presente supuesto se aplica a los consumidores que hayan presentado su queja por escrito. Asimismo, y en beneficio del consumidor para no dejarlo en estado de indefensión, cuando éste no comparece, no obstante de estar debidamente notificado, en la práctica, el conciliador acuerda diferir la audiencia en virtud de que en el emplazamiento de la queja no obra apercibimiento en contra del consumidor.

AUDIENCIA DE RENDICION DE INFORME Y CONCILIACION CUANDO NO COMPARECEN LAS PARTES.

En ésta audiencia, el conciliador al levantar el acta respectiva, deberá asentar que no comparecen ninguna de las partes, no obstante de encontrarse debidamente notificadas, y que no se rinde el informe requerido por la autoridad.

En el acuerdo se asentarán los terminos ya señalados, y por la omisión del proveedor para rendir el informe, se procederá a la aplicación de la medida de apremio con la que fue requerido, ordenando la notificación a la Tesorería correspondiente para su conocimiento y cobro, por lo que el conciliador difirirá la audiencia ordenando la notificación personal a ambas partes, con el apercibimiento de Ley correspondiente.

En éste renglón, si el proveedor no fue legalmente notificado se asentará dicha omisión y no se impondrá medida de apremio alguna.

AUDIENCIA DE CONCILIACION EN DONDE COMPARECEN AMBAS PARTES

En esta audiencia el conciliador al levantar su acta, deberá asentar la comparecencia de las partes, asimismo con los documentos base de acción y el informe requerido al proveedor, exhortará a las partes a que diriman su controversia postulando ofrecimientos a ambas partes para que lo logren; cabe aclarar que el conciliador en esta audiencia siempre ejerce una presión hacia el proveedor para conseguir la conciliación, por lo que en este sentido, y de acuerdo al caso concreto, en ocasiones

requerirá de documentales relacionadas al asunto, así como, podrá ordenar se practiquen verificaciones, peritajes o la citación a un tercero, con el fin de allegarse a mayores elementos y poder lograr dicha conciliación.

De la misma manera concederá el uso de la palabra a las partes, por lo que en el acuerdo que dicte deberá acordar de conformidad lo no las mismas, asimismo identificará y acreditará la personalidad de los comparecientes; ahora bien, si de las manifestaciones se desprende la posibilidad de celebrar un arreglo conciliatorio se procederá a la elaboración del mismo, de no ser así, el conciliador podrá diferir la audiencia aplicando la presión que en el párrafo anterior señalamos.

Esto es, si ordenó la citación a un tercero, deberá girar la notificación personal correspondiente con apercibimiento al tercero que de no presentarse se le aplicará la medida de apremio con la que fue citada. Asimismo, tratándose de verificación o de un peritaje, el conciliador deberá formar el cuestionario a que se deberán sujetar los mismos, describiendo la persona con la que se deberá entender la verificación o el bien al que se le hará el peritaje, así como, todos los detalles inherentes a la misma; en el caso del peritaje se deberá asentar el nombre del perito y su profesión, el día y la hora en que se realizará el mismo, el tiempo en que el perito hará su dictamen y por quien correrán los honorarios de éste.

AUDIENCIA DE CONCILIACION EN DONDE COMPARECE UNICAMENTE EL CONSUMIDOR

En ésta audiencia, el conciliador deberá asentar la incomparecencia del proveedor y proceder a la imposición de la medida de apremio si en su caso, fuere procedente, asimismo a criterio del conciliador podrá diferir la audiencia requiriendo documentales para allegarse a mayores elementos para la solución del caso concreto, o bien a petición del consumidor al manifestar que se encuentra en pláticas conciliatorias o por que le esta reparando el bien, etc.

En el acuerdo que se levante, el conciliador asentará todos los hechos relacionados anteriormente, y ordenará la notificación personal al proveedor con su apercibimiento respectivo.

Cabe aclarar, que si el conciliador determina que los tramites antes mencionados retardarían el procedimiento al darse otra cita, y no se obtendrá ul resultado positivo, deberá dar por terminada la etepa conciliatoria, e iniciar el procedimiento por infracciones a la Ley, al presumir violaciones a la misma por parte del proveedor, concediéndole 10 días hábiles para que ofrezca pruebas y manifieste lo que a su derecho corresponda, notificándole éste hecho por los estrados de la Delegación actuante.

AUDIENCIA DE CONCILIACION EN LA QUE COMPARECE UNICAMENTE EL PROVEEDOR

En ésta audiencia, el conciliador deberá asentar este hecho no obstante de que el consumidor se encontró debidamente notificado, asimismo en el acuerdo respectivo se procederá a hacer efectivo el apercibimiento al consumidor por su incomparecencia, ordenando el archivo del expediente por su falta de interes jurídico.

AUDIENCIA DE CONCILIACION EN LA QUE NO COMPARECEN LAS PARTES

El conciliador asentará que no comparecen ninguna de las partes, asimismo en el acuerdo respectivo deberá hacer efectivo el apercibimiento a ambos, esto es, al proveedor le impondrá la medida de apremio por medio del cual fue citado, y enviará el expediente al archivo general, por la falta de interes jurídico demostrada por el consumidor.

SUSPENSION DE LA AUDIENCIA DE CONCILIACION DONDE COMPARECEN AMBAS PARTES

Al igual que en la audiencia de conciliacion cuando comparecen ambas partes, el conciliador hará constar este hecho, asimismo, concederá el uso de la palabra a las partes y dictará su acuerdo respectivo.

La suspensión de ésta audiencia se presentará a petición de las partes, cuando hace falta tiempo o algún otro elemento para que se pueda conciliar el asunto, por lo que en el acuerdo respectivo se asentará éste hecho, señalando nuevo día y hora para la continuación de la audiencia, con los apercebimientos de Ley a ambas partes.

Cabe aclarar, que éste supuesto no se presentará, si a juicio del conciliador se desprende que se trata de una práctica dilatoria por el proveedor.

SUSPENSION DE LA AUDIENCIA DE CONCILIACION DONDE SOLO COMPARECE EL CONSUMIDOR

De acuerdo a lo previsto por la Ley de la Materia, de no lograrse la conciliación o bien, que el proveedor no asista a la audiencia de conciliación, se deberá de dar inicio al procedimiento por infracciones a la Ley.

Ahora bien, éste supuesto se presentará a petición de la parte consumidora en virtud de encontrarse en pláticas conciliatorias con el proveedor, o bien, cuando el conciliador para allegarse a mayores elementos en la solución de la presente queja ordena la citación a un tercero, ordena alguna verificación o peritaje.

En el acuerdo respectivo, se asentará la incomparecencia del proveedor y se le aplicará la sanción correspondiente, aunque en la práctica se le impone una reserva de la multa por el ofrecimiento que dice el consumidor le presenta el proveedor, en cualquier caso, se

ordenará la notificación al proveedor a la próxima audiencia con los apercibimientos de Ley.

SUSPENSION DE LA AUDIENCIA DE CONCILIACION EN DONDE SOLO COMPARECE EL PROVEEDOR

Como ya lo hemos asentado anteriormente, en la audiencia de conciliación de no concurrir el consumidor se ordenará el envío del expediente al archivo general por su falta de interés jurídico.

En este sentido, el supuesto que nos ocupa, se presentará a petición de la parte proveedora por encontrarse en pláticas conciliatorias con el consumidor, o bien, cuando el consumidor no haya sido notificado conforme a derecho, por lo que el conciliador en el acuerdo respectivo, asentará cualquiera de los dos casos anteriores, ordenando la notificación personal al consumidor para la próxima audiencia con el apercibimiento de Ley correspondiente.

SUSPENSION DE LA AUDIENCIA DE CONCILIACION DONDE NO COMPARECEN LAS PARTES

Sabemos que de no concurrir las partes a la audiencia de conciliación, deberá de ordenarse el envío del expediente a su archivo general por la falta de interés jurídico del consumidor, por lo que éste supuesto se presentará si las partes no se encuentran debidamente notificadas en los términos de la Ley de la Materia, o bien, por existir promoción donde ambas partes solicitan la suspensión de la audiencia

por encontrarse en pláticas conciliatorias con miras de celebrar un convenio conciliatorio.

B.- TERMINACION DE LA ETAPA CONCILIATORIA

Esta etapa llega a su fin, una vez que se ha llevado a cabo el procedimiento conciliatorio a que hacen referencia los artículos 111, 112, 113, 114, 115 y 116 de la Ley de la Materia, y se ha tratado de cumplir con los objetivos específicos de la Procuraduría.

La culminación de la etapa conciliatoria se puede presentar cuando las partes celebran un convenio, mediante la satisfacción de la queja del consumidor, asimismo, cuando no exista conciliación entre las partes, debido a que la pretensión del quejoso sea excesiva y la parte proveedora no este en disposición de satisfacer la reclamación presentada en su contra, o bien que éste, se niegue a conciliar; en este sentido, el conciliador dejará a salvo los derechos de las partes para que los ejerciten en la vía y forma que más convenga a sus intereses, esto es, demandar ante otra instancia jurisdiccional (penal, civil, mercantil, etc.), por lo que el conciliador posteriormente analizará el motivo de la queja y de percatarse de que existe posible violación a los preceptos legales que se sancionan dentro de los artículos 126, 127 y 128 de la Ley objeto de nuestro estudio, turnará el expediente en que se actúa al Área de Resoluciones de la Delegación, la cual será la encargada de emitir la

Resolución Administrativa correspondiente por las violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Otra de las formas de terminar con la etapa conciliatoria, es cuando las partes deciden que la Procuraduría actúe como árbitro en su controversia, ya sea en amigable composición o en estricto derecho, por lo que el expediente en que se actúa será turnado al Área de Arbitraje de la Delegación, a fin de sustanciar el procedimiento en mención, señalando las bases que van a regir el procedimiento arbitral.

También se agota la etapa conciliatoria, cuando se acuerda de conformidad alguna excepción opuesta por el proveedor durante el procedimiento, por lo que el conciliador debe enviar el expediente al archivo general como asunto totalmente concluido.

1.- CELEBRACION DE CONVENIOS

Entendemos por convenio el: "Acuerdo de dos o más personas, destinado a crear, transferir, modificar o extinguir una obligación." (53). En este sentido, tanto el consumidor como el proveedor al realizar un convenio sancionado por la Procuraduría, deberán someterse al mismo con fundamento en el artículo 110 de la Ley de la Materia, que a la letra dice: "Los convenios aprobados y los laudos emitidos por la Procuraduría tiene fuerza de cosa juzgada y traen aparejada ejecución, lo que podrá promoverse ante los tribunales competentes en la vía de apremio o en juicio ejecutivo, a elección del interesado.

(53) De Pina, Rafael, DICCIONARIO DE DERECHO, Edit. Porrúa, S.A., Décimo Sexta Edición, pág. 185

Los convenios aprobados y los reconocimientos de los proveedores y consumidores de obligaciones asu cargo, así como los ofrecimientos para cumplirlos que consten por escrito, formulados ante la Procuraduría, y que sean aceptados por la otra parte, podrán hacerse efectivos mediante las medidas de apremio contempladas por esta Ley. Aun cuando no medie reclamación, la Procuraduría estará facultada para aprobar los convenios propuestos por el consumidor y el proveedor, previa ratificación." (54)

A) EFECTOS DE LOS CONVENIOS

Consiste en poder concluir con la queja que se plantea ante la Procuraduría, sin necesidad de entrar al fondo del asunto, es decir, que el problema es resuelto por las partes toda vez, que acceden en sus pretensiones sin necesidad de agotar todo el procedimiento y por lo tanto las partes son beneficiadas, ya que resuelven sus diferencias en forma rápida y sin necesidad de continuar un procedimiento que para las partes es complicado y en ocasiones costoso.

Ahora bien, para que un convenio surta sus efectos o sea eficaz, es importante que el conciliador asiente en el acta respectiva los siguientes elementos formales:

- 1.- Identificación y acreditación de la personalidad de los comparecientes.

(54) Ley Federal de Protección al Consumidor, pág. 46

2.- La manifestación expresa de los comparecientes de celebrar un convenio

3.- Elaboración del clausulado:

- a) PRIMERA:** Reconocimiento de la personalidad de los comparecientes.
- b) SEGUNDA:** Se establecerá si se modifica, extingue o continua con la operación motivo de queja, además, a cargo de quien corren las obligaciones y si éstas son de dar, hacer o no hacer, el tiempo, lugar y forma en donde se cumplirá, si es de forma gratuita o la existencia de algún cargo y si se entregará o no documentación alguna.
- c) TERCERA:** Contiene la obligación contraída por el consumidor, o bien, la aceptación del mismo al convenio celebrado.
- d) CUARTA:** La solicitud de las partes para la aprobación del convenio celebrado, así como, de otorgarle el carácter de cosa juzgada.

4.- Acuerdo

- a)** Aprobación del Convenio
- b)** Elevarlo a categoría de cosa juzgada

B) EJECUCION DEL CONVENIO

Los convenios que realiza la Procuraduría traen aparejada ejecución, de acuerdo a lo establecido por el primer párrafo del artículo 110 de la Ley.

En este sentido, la parte afectada no deberá promover un nuevo juicio con la finalidad de satisfacer su pretensión, sino únicamente deberá elegir la vía por la cual solicitará el cumplimiento del convenio celebrado ante la Procuraduría, que como lo establece el artículo en comento, puede ser en la vía de apremio o en juicio ejecutivo.

Cipriano Gómez Lara, señala que el juicio ejecutivo consiste en: "Hacer funcionar a una autoridad estatal, para que inclusive, a través de la fuerza pública, se imponga el sentido de la resolución, aún en contra de la voluntad del obligado." (55)

De lo anteriormente manifestado, se concluye que los convenios que se realicen ante la Procuraduría Federal del Consumidor, causan ejecutoria en virtud de que se eleva a la categoría de cosa juzgada y por lo tanto, la parte afectada puede solicitar ante el Tribunal el incumplimiento forzoso de la obligación contraída.

2.- DESISTIMIENTO DE LA QUEJA

Es otra forma de terminación del procedimiento conciliatorio, e inclusive de los diferentes procedimientos que se llevan a cabo en la Procuraduría Federal del Consumidor.

Se presenta cuando el consumidor se encuentra plenamente satisfecho de su reclamación.

(55) Gómez Lara, Cipriano.- Ob. Cit. pág. 331

Aunque el artículo 112 párrafo segundo de la Ley establece, que si el reclamante no acude a la audiencia de conciliación y no presente dentro de los 10 días justificación fehaciente de su inasistencia se le tendrá por desistido de su reclamación y no podrá presentar otra ante la Procuraduría por los mismos hechos, la práctica en las distintas Delegaciones demuestra que, para no dejar al consumidor en estado de indefensión, no es aplicable este artículo, ya que únicamente se envía el expediente del consumidor al archivo general por su falta de interés jurídico, pudiendo continuar éste con su trámite ante esta Procuraduría.

C.- PROCEDIMIENTO ARBITRAL

El procedimiento arbitral es otra opción con que cuenta la Procuraduría para intentar resolver las controversias entre las partes, encontrando su fundamento en lo dispuesto por los artículos 117 y 118 de la Ley de la Materia.

Este procedimiento tiene lugar como una consecuencia de la audiencia de conciliación, y ocurre cuando a la invitación de la Procuraduría, las partes concienten voluntariamente en designarla como Arbitro, admitiendo su intervención en tal carácter, esto es, que dada la naturaleza de la queja del consumidor, requiere para su solución de apearse de aspectos más técnicos como serían las pruebas y el

desahogo de las mismas, y que por su propia naturaleza no pueden presentarse o desahogarse en el procedimiento conciliatorio.

El arbitraje ante la Procuraduría, contrasta por su efectividad y rapidez, al lado de los procedimientos que se desarrollan en los Tribunales públicos, penales, laborales y administrativos, llamados a conocer y resolver litigios, con servicios afectados por trámites engorrosos, formulismos complicados y ampiloso rezago.

Ahora bien, cuando ya ha surgido un conflicto de intereses respecto al incumplimiento o interpretación de un contrato celebrado entre consumidor y proveedor y estos no concilian sus diferencias, la Procuraduría exhortará a las partes a celebrar un nuevo contrato en el que manifestarán su voluntad de someter dicho conflicto al conocimiento y resolución de la propia Procuraduría, el cual recibe el nombre de **Compromiso Arbitral**, y en su clausulado las partes le reconocen plena competencia para dirimir su controversia, asimismo, en éste documento se detallará todo lo relativo al procedimiento al que se sujetarán y fijarán el negocio del arbitraje.

Cabe aclarar, que la Procuraduría podrá conocer de estos conflictos, sin previa reclamación ni procedimiento conciliatorio a elección de los interesados.

1.- EN AMIGABLE COMPOSICION

El juicio arbitral en amigable composición lo contempla el artículo 119 de la Ley , en este sentido, las partes fijarán el negocio que se

somete al arbitraje y las reglas que regirán el procedimiento y normalmente en éste se someten a un resultado futuro, como pudiera ser un peritaje, análisis de documentos, etc. Esto significa que si del análisis de las probanzas exhibidas por las partes el juzgador desprende que el bien o servicio materia de la controversia arbitral existen deficiencias imputables, ya sea al proveedor o en su caso al consumidor, el mismo dictará laudo en buena fé guardada, condenando de las prestaciones reclamadas, o absolviendo de las mismas cuando las excepciones sean procedentes.

2.- EN ESTRICTO DERECHO

Encuentra su fundamento jurídico en el artículo 120 de la Ley de la materia, por lo que, en el juicio arbitral en estricto derecho las partes se someterán a la Ley Federal de Protección al Consumidor y a las Leyes aplicables supletoriamente.

En dicho juicio, las partes fijarán el negocio que se somete al arbitraje, así como, las reglas que regirán en el mismo en estricto derecho, de acuerdo al artículo 120 de la Ley de la Materia, y a los artículos 609, 611, 612 y 616 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, así como, designar las modalidades con las que deberá llevarse el juicio arbitral, por lo cual reconocen desde ese momento, y en lo subsecuente, plena competencia a la Procuraduría Federal del Consumidor, para dirimir la controversia sometida al arbitraje.

Deberá asentarse en el acuerdo del compromiso arbitral, que las partes aceptan la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor preferentemente, adoptando como código supletorio para el procedimiento arbitral, el de Comercio, y a falta de disposición en dicho ordenamiento se aplicará el de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, en especial el Capítulo relativo al juicio ordinario estando conformes en renunciar al término señalado por el artículo 617 del último código mencionado, a lo establecido por el artículo 621 del mismo ordenamiento legal y a lo dispuesto por el artículo 1419 del Código de Comercio.

Cabe aclarar, que las reglas de los juicios antes mencionados, se fijarán voluntariamente por las partes en controversia, pero en la práctica la Procuraduría Federal del Consumidor, cuenta con formatos preestablecidos en donde las partes, previo estudio de las mismas, pueden elegir las o bien, como se ha dicho, establecer sus propias reglas.

3.- LAUDO ARBITRAL

A este respecto el procesalista Ovalle Fabela señala que: "El laudo es la decisión definitiva dictada por el árbitro para resolver el conflicto sometido al arbitraje." (56)

(56) Ovalle Fabela, José.- DERECHO PROCESAL CIVIL.-Textos Universitarios, 3° Edic. Edit. Haria, Méx, 1981
pág 289

Por su parte el autor Eduardo Pallares expresa que: "La sentencia arbitral es aquella que pronuncian los jueces árbitros, que también recibe el nombre de laudo." (57)

En este sentido podemos concluir que el Laudo Arbitral: **es la resolución o sentencia dictada por el árbitro, para resolver el conflicto sometido a su jurisdicción, y que pone fin al arbitraje.**

Por consiguiente el laudo arbitral debe contemplar los elementos formales de la sentencia, tales como: lugar, fecha, juez (árbitro) que la pronuncia, nombre de las partes, carácter con que litigan, objeto del pleito, deben ser firmadas por el juez (árbitro) y secretario, y basta que el juez (el árbitro), apoye sus puntos resolutive en preceptos legales o principios jurídicos de acuerdo con el artículo 14 Constitucional, pero deben ser claras, precisas y congruentes con las demandas y contestaciones y con las demás pretensiones deducidas oportunamente en el pleito y condenar o absolver al demandado y decidir todos los puntos litigiosos que hayan sido objeto del debate.

Señala Becerra Bautista que: "Desde el punto de vista formal, en toda sentencia encontramos: identificación (preámbulo), narración (resultados), motivación (considerandos), resolución (puntos resolutive) y autorización (firmas de autorización)." (58)

(57) Pallares, Eduardo.-Ob. Cit. pág. 323
(58) Becerra Bautista, Ib. Pág.170

D.- PROCEDIMIENTO DE SANCION POR INFRACCIONES A LA LEY

1.- RESOLUCION ADMINISTRATIVA

Miguel Acosta Romero, nos dice que el acto administrativo es: "Una manifestación unilateral y externa de voluntad, que expresa una decisión de una autoridad administrativa competente, en ejercicio de la potestad pública." (59)

Ahora bien, la resolución administrativa es el acto administrativo por medio del cual la Procuraduría pone fin al procedimiento que en ella se ventila, imponiendo las sanciones correspondientes de acuerdo a las facultades que le confieren los artículos 125, 126, 127, 128 y 129 de la Ley de la Materia.

En este sentido, sino hubo conciliación, ni compromiso arbitral o el proveedor no asistió a la audiencia de conciliación, la Procuraduría analiza los hechos motivo de reclamación para determinar la existencia de una posible violación a la Ley de la Materia; en tal virtud, en ese momento la etapa conciliatoria fenece, como ya lo hemos visto, iniciando el procedimiento por infracciones a la Ley que establece el artículo 123 de la Ley en comento, concediendo a la parte proveedora un término de 10 días hábiles para que ofrezca pruebas y manifieste lo

(59) Acosta Romero, Miguel.-TEORIA GENERAL DEL DERECHO ADMINISTRATIVO.-Edit.Porrúa,S.A. 6ªEdic.
pág.413

que a su derecho convenga.

La Procuraduría admitirá las pruebas que estime pertinentes y procederá a su desahogo. Asimismo podrá solicitar del presunto infractor o de terceros, las demás pruebas que estime necesarias.

Concluido el desahogo de las pruebas, se notifica al presunto infractor para que presente sus alegatos dentro de los 2 días hábiles siguientes. Concluidos ambos términos, la Procuraduría resolverá dentro de los 15 días siguientes.

La Dirección General de Arbitraje y Resoluciones, tiene la atribución de definir y proponer los criterios y lineamientos para la sustanciación de los procedimientos por infracciones a la Ley que establece el artículo 123 de la Ley, y que se ventilen en las Delegaciones de la Procuraduría; en consecuencia, la función primordial de tal Dirección o de las Areas de Resoluciones de las Delegaciones, es resolver la posible violación de los preceptos contenidos en la Ley, y para ello se debe de emitir la denominada Resolución Administrativa, misma que encuentra su fundamento en los artículos 1, 2, 6, 20, 123, 125, 126, 127 y 128 de la multicitada Ley, mismas que pueden consistir en sanciones económicas, clausuras o arrestos administrativos.

Las resoluciones emitidas por la Procuraduría, podrán recurrirse en Revisión dentro de los 15 días hábiles siguientes a su notificación, por lo que de no presentarse dicho Recurso o bien, que la proveedora no acompañe la documentación correspondiente, el Recurso se tendrá por no interpuesto y como consecuencia la Resolución emitida tomará el carácter de definitiva.

2.- NATURALEZA JURIDICA

El maestro Fernando Flores Gómez, nos señala que resolución administrativa: es: "Las declaraciones o sentencias emitidas por un tribunal administrativo, cuando ha habido litigio entre los particulares y el Estado, por lo tanto los procedimientos administrativos que surgen cuando hay controversia entre los particulares y el Estado, concluye necesariamente con una sentencia, misma que recibe el nombre de resolución administrativa." (60)

Con respecto a este concepto, es pertinente destacar, que no es a lo que se refiere la Ley en estudio, puesto que en ella no existe litigio entre el particular y el Estado, además de que la Procuraduría no es un tribunal administrativo.

La resolución administrativa, a que se refiere la Ley, es un concepto diverso, puesto de que su contenido, se desprende que la resolución es una determinación de la autoridad administrativa, en la que establece cuál es la situación del proveedor frente a la Ley Federal de Protección al Consumidor, y si ésta, ha sido infringida en alguno de sus preceptos.

En tal virtud, podemos señalar, que la resolución administrativa que emite la Procuraduría, **es el acto por medio del cual la autoridad administrativa, va a determinar, si el proveedor incurrió en infracción a la Ley de la Materia, para cual tomará en cuenta los**

(60) Flores Gómez, Fernando, JERARQUIA DEL ORDEN JURIDICO EN EL DERECHO MEXICANO, edit. Porrúa, S.A. pág.65

elementos, circunstancias y pruebas que consten en el expediente administrativo.

En este sentido, la resolución administrativa procederá, siempre y cuando se haya inferido previamente violación a alguno o algunos de los preceptos de la Ley, para lo cual deberá estarse a lo dispuesto en los artículos 126, 127 y 128..

Dentro de este procedimiento, la Ley objeto de nuestro estudio, no establece ningún criterio en materia de pruebas, por tal motivo, se aplica supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles. El término de 10 días hábiles para que el proveedor ofrezca pruebas y manifieste lo que a su derecho corresponda, debe contarse a partir del día siguiente en que surta sus efectos la notificación que se haga a éste último, conforme lo disponen los artículos 284 y 321 del Código Federal de Procedimientos Civiles.

Cabe aclarar que dicho término es notificado a la parte proveedora, por medio de los estrados que están a la vista en el Area de Resoluciones de las Delegaciones de la Procuraduría.

Ahora bien, la Procuraduría admite las pruebas, excepto aquellas que no sean idóneas o adecuadas para probar los hechos con los que se relacionan. Así, la Procuraduría dicta el acuerdo admisorio de las pruebas que proceden, desechando las que no esten relacionadas, o las que, como ya lo asentamos, no son idóneas para probar los hechos motivo de la reclamación o desvirtuar alguna infracción a la Ley.

La Procuraduría emite dos tipos de resoluciones administrativas, con sanción o sin sanción.

La primera encuentra su fundamento en los artículos 126, 127, 128 y 129 de la Ley de la Materia, mismas que veremos en el tema siguiente.

La segunda, es aquella donde la Procuraduría emite una resolución administrativa, en la que determina que de acuerdo a los elementos, circunstancias y pruebas que consten en autos del expediente administrativo, y atento a lo dispuesto por los artículos 81 y 350 del Código Federal de Procedimientos Civiles, aplicado supletoriamente a la Ley en estudio, el consumidor al no acreditar los hechos motivo de su reclamación, o habiéndolos probado el proveedor con sus excepciones y defensas, y como consecuencia de ello, se absuelve al mismo, dejándolo a salvo los derechos de las partes para que los ejerzan ante la jurisdicción ordinaria.

Cabe aclarar, que de acuerdo a ciertos asuntos concretos que se están resolviendo, en el Área de Resoluciones de las Delegaciones actuantes, pueden exhortar nuevamente a las partes a que celebren un convenio conciliatorio que ponga fin a su controversia evitando así, sancionar a los probables infractores de la Ley, y en beneficio del consumidor.

E.- MEDIDAS DE APREMIO Y SANCIONES EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, en su artículo 25, faculta a la Procuraduría para imponer los siguientes medios de apremio:

"I.- Multa por el equivalente de una hasta doscientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal. En caso de que persista la infracción podrán imponerse nuevas multas por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo; y

II.- El auxilio de la fuerza pública."

Al respecto Eduardo Pallares nos dice que: "El apremio es el acto judicial por medio del cual el juez constriñe y obliga a alguna de las partes para que ejecute algo o se abstenga de hacerlo" **(61)**

Así, el Profesor Cipriano Gómez Lara, establece que: ". . . el medio de apremio implica que el obligado a cumplir o a observar determinada conducta en virtud de un mandamiento del tribunal, se resista sin legitimación a ella. Entonces el Juez o tribunal puede emplear los diversos medios de apremio que la Ley autoriza precisamente para forzar al obligado al cumplimiento de la determinación que se hubiere dictado. . ." **(62)**

Como ya mencionamos, la Procuraduría Federal del Consumidor, es un autoridad de carácter administrativo y en ningún momento de carácter judicial, por ello, en la práctica, el único medio coercitivo que utiliza para el buen desempeño de su función, son las multas, no obstante que la Ley, también la autoriza para solicitar el auxilio de la fuerza pública.

(61) Pallares, Eduardo. DERECHO PROCESAL CIVIL, Edit. Porrúa, S.A., México 1971, pág. 100
(62) Gómez Lara, Cipriano TEORIA GENERAL DEL PROCESO, Edit. UNAM, México 1988, pág. 334

Como requisito indispensable para la imposición de una multa, la Procuraduría debe fundar y motivar la misma, es decir, que se debe expresar con precisión el precepto legal aplicable, así como, las circunstancias especiales o razones particulares que se hayan considerado para imponer la multa, asimismo se debe considerar la gravedad de los perjuicios ocasionados.

Por lo que respecta al medio de apremio consistente al auxilio de la fuerza pública, en la práctica, y solo en el área metropolitana, no es aplicable muchas veces por la poca cuantía en los asuntos. Pero cabe remarcar, que en algunas Delegaciones Foraneas de la Procuraduría, sí se practica y con muy buenos resultados, ya que los proveedores al verse citados o presentados por la policía municipal, se presentan a resolver la queja del consumidor lo más pronto posible.

Ahora bien, no hay que olvidar que la función primordial de la Procuraduría es la de proteger los derechos e intereses de la población consumidora, de acuerdo a las facultades que le confiere la Ley, y para ello en ocasiones es necesario emplear medios coercitivos con la finalidad de que se de cumplimiento a las disposiciones contenidas en la misma, ya que algunos proveedores hacen caso omiso a los requerimientos realizados por la Procuraduría, como son: no comparecer a la audiencia de conciliación, no desahogar un requerimiento formulado en su contra, etc.

En este renglón, es preciso destacar que para que la Procuraduría cumpla con su finalidad coercitiva, es necesario que se le otorguen facultades de ejecución, para sea ella la que requiera del pago de las multas que impone, ya que ésto se haría de una manera más rápida y no

como la Tesorería de la Federación lo hace o viene haciendo hasta en dos o tres meses, provocando así que los proveedores hagan caso omiso de los citatorios o requerimientos de la Autoridad, además de afectar el desempeño correcto de las funciones de PROFECO.

Por lo que respecta a las sanciones, la Ley Federal de Protección al Consumidor faculta a la Procuraduría para sancionar, como se desprende de su artículo 125 que a la letra dice:

"Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas por la Procuraduría"

A ese respecto el maestro Eduardo Pallares menciona que: "Sanciones son las consecuencias jurídicas que se producen por la violación de la norma y que tiene por objeto restablecer el orden legal o evitar una futura violación del mismo. Carnelutti los define como el señalamiento de las consecuencias que derivan de la inobservancia del precepto. . ." (63)

Ahora bien, como ya lo hemos establecido, las sanciones impuestas por la Procuraduría, serán procedentes una vez que se ha agotado el procedimiento conciliatorio y se ha determinado que existe infracción a los preceptos legales que se señalan en los artículos 126, 127, 128 y 129 de la Ley objeto de nuestro estudio, que para su mayor comprensión es necesario transcribirlos:

ARTICULO 126: Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 11, 15, 16, 18, 60 y demás disposiciones que no esten expresamente mencionadas en los artículos 127 y 128 serán sancionadas con multa por el

(63) Ob. cit. pág. 716

equivalente por una hasta ochocientas veces el salario mínimo generalvigente en el Distrito Federal”

ARTICULO 127: Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7, 13, 17, 32, 33, 34, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 58, 59, 61, 62, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 78, 79, 81, 82, 86, 87, 91, 93, y 95 serán sancionados con multa hasta por el equivalente de una a mil quinientas veces el slario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

ARTICULO 128: Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 8, 10, 12, 60, 63, 65, 74, 80 y 121 serán sancionadas con multa por el equivalente de una hasta dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

En casos particularmente graves, la Procuraduría podrá sancionar con clausura del establecimiento hasta por quince días. En tratándose de alimentos básicos, sujetos a precios máximos, procederá dicha clausura, previa notificación al presunto infractor, concediéndole un plazo de veinticuatro horas, para que manifieste lo que a su derecho convenga.

ARTICULO 129: En caso de reincidencia podrá aplicar multa hasta por el doble de las cantidades señaladas en los artículos 126, 127 y 128; y proceder a la clausura del establecimiento hasta por treinta días, en caso de las infracciones a que se refiere el artículo 128, e inclusive arresto administrativo hasta por 36 horas.

Por último, las sanciones por infracciones a esta Ley y disposiciones derivadas de ella, serán impuestas con base en:

- I.- Las actas levantadas por la autoridad;
- II.- Los datos comprobados que aporten las denuncias de los consumidores;
- III.- La publicidad o información de los proveedores y la comprobación de las infracciones; o
- IV.- Cualquier otro elemento o circunstancia que aporte elementos de convicción para aplicar la sanción.

Ahora bien, para determinar las sanciones, la Procuraduría deberá considerar:

- I.- La condición económica del infractor;
- II.- El carácter intencional de la infracción;
- III.- Si se trata de reincidencia;
- IV.- La gravedad de la infracción; y
- V.- El perjuicio causado al consumidor o a la sociedad en general.

F.- MEDIOS DE IMPUGNACION ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Los medios de impugnación o medios de defensa con que cuentan las personas afectadas por las resoluciones que dicta la Procuraduría, son los Recursos de Revocación y de Revisión, previstos en

la Ley Federal de Protección al Consumidor en sus artículos 122 párrafo segundo y 135, respectivamente.

Antes de entrar al objeto de nuestro estudio, me permito señalar lo que algunos tratadistas se refieren a los medios de impugnación o medios de defensa.

El maestro Héctor Fix Zamudio, manifiesta que. "Los medios de impugnación configuran los instrumentos jurídicos consagrados por las leyes procesales, para corregir, modificar, revocar, o anular los actos y las resoluciones judiciales, cuando adolecen de deficiencias, errores, ilegalidad o injusticia" (64)

Al respecto el maestro Eduardo Pallares, establece que: "Los recursos son los medios de impugnación que otorga la Ley a las partes y a los terceros para que obtengan, mediante ellos, la revocación o modificación de una resolución judicial sea ésta auto o decreto." (65)

1.- RECURSO DE REVISION

El Recurso de Revisión esta previsto por el artículo 135 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y se presenta contra las resoluciones que emite la Procuraduría con fundamento en sus disposiciones.

(64) Fix Zamudio, Héctor y Ovalle Fabela, José, DERECHO PROCESAL, UNAM México 1991, pág. 103
(65) Pallares, Eduardo, DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL CIVIL, Edit. Porrúa, S.A., México 1976, Pág. 681.

Podrá interponerse por escrito, y dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha en que surta sus efectos la resolución recurrida. Asimismo se deberá interponer ante la autoridad que emitió la resolución y será resuelto por el órgano superior jerárquico que determine el Procurador.

A este respecto, el artículo 12 fracción XI del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, faculta a el Subprocurador Jurídico, para emitir los lineamientos y criterios conforme a los cuales deberán sustanciarse y resolverse los recursos de revisión. Asimismo, dicho Reglamento faculta a los Delegados de la Procuraduría a recibir y sustanciar los recursos de revisión que presenten los particulares en contra de la resoluciones, a través de su artículo 16 fracción XX.

Al interponerse el recurso de revisión deberán ofrecerse las pruebas correspondientes y acompañarse los documentos relativos.

Asimismo podrá ofrecerse toda clase de pruebas, excepto la confesional, siempre que tengan relación con la resolución recurrida. En este sentido, si se ofrecen pruebas que ameriten desahogo, se concederá al interesado un plazo no menor de ocho ni mayor de treinta días para tal efecto.

La autoridad podrá allegarse de los elementos de convicción que considere necesarios. Lo no previsto en la Ley de la Materia en lo referente a pruebas, se aplicará supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles.

Los Recursos de Revisión serán improcedentes en los siguientes casos:

I.- Cuando se presenta fuera de tiempo

II.- Cuando no se acredite fehacientemente la personalidad con que se actúa,

III.- Cuando no esté suscrito, a menos que se firme antes del vencimiento del término para interponerlo.

Cabe aclarar que la interposición del recurso de revisión suspenderá la ejecución de la resolución impugnada en cuanto al pago de multas. Respecto de cualquier otra clase de resoluciones administrativas y de sanciones que no sean multa, la suspensión sólo se otorgará si concurren los siguientes requisitos:

I.- Que la solicite el recurrente

II.- Que el recurso haya sido admitido

III.- Que de otorgarse no implique la continuación o consumación de actos u omisiones que ocasionen infracciones a esta Ley

IV.- Que no se ocasionen daños y perjuicios a terceros en términos de esta Ley, a menos que se garanticen éstos en el monto que fije la autoridad administrativa.

Por último, es necesario aclarar, que contra la resolución emitida para resolver algún recurso no procederá otro.

2.- RECURSO DE REVOCACION

El ámbito de procedencia del Recurso de Revocación, tiene lugar dentro del procedimiento arbitral previsto en el Capítulo XIII, Sección

Tercera, específicamente en el artículo 122 párrafo segundo, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a la letra dice:

"Las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral admitirán como único recurso el de revocación, que deberá resolverse por el árbitro designado en un plazo no mayor de 48 horas. El laudo arbitral sólo estará sujeto a aclaración dentro de los dos días siguientes a la fecha de su notificación."

Asimismo, de acuerdo al artículo 142 de la Ley de la Materia, no procederá recurso de revisión en contra de los laudos arbitrales.

G.- ANALISIS

En el presente capítulo, hemos visto los derechos adjetivos que contempla la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor; estos derechos se traducen en los procedimientos que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor para la solución de los problemas de los consumidores.

Es preciso recalcar, que dentro de estos procedimientos, considero al conciliatorio, como la médula espinal de la Procuraduría, ya que de acuerdo a la práctica y estadísticas dentro de la Institución, este procedimiento alcanza un 80% de efectividad en la solución de las quejas presentadas por los consumidores, aunque, no hay que restar mérito a los procedimientos por infracciones a la Ley y al arbitral.

Lo anterior, en virtud de que los últimos mencionados son consecuencia del primero, esto es, que si el procedimiento conciliatorio es llevado con apego a la Ley de una manera eficaz, la queja puede quedar resuelta sin la necesidad de recurrir a los procedimientos subsecuentes.

Es por ello, que nace la preocupación, de que el procedimiento conciliatorio debe ser llevado de la manera más apegada a la Ley de la Materia y asimismo sea efectivo, esto es celebrar los convenios conciliatorios con las partes, como hasta la fecha se ha venido llevando a cabo en las diferentes Delegaciones de la PROFECO.

Por lo que respecta al procedimiento por infracciones a la Ley, y como ya lo hemos estudiado, representa un medio coercitivo en contra del proveedor que en forma negligente deja de comparecer a la audiencia de conciliación, por lo que dicho procedimiento resulta efectivo en forma mediata, en este sentido, la Procuraduría debería resolver este procedimiento de la forma más rápida, pues de lo contrario, los proveedores sienten que la PROFECO, no ayuda verdaderamente a los consumidores ya que en algunas ocasiones la sanción que es impuesta al mismo, es requerida por la Tesorería, hasta seis u ocho meses después, lo que representa una burla a los consumidores.

Ahora bien, y aunque en diversas ocasiones se ha presentado tal proyecto sin ningún resultado, es necesario que a la PROFECO, se le concedan facultades de ejecución sobre las multas, para que de ésta manera los proveedores sientan efectivamente la presión o coercitividad de las resoluciones que dicta la Institución.

En cuanto al procedimiento arbitral, es necesario que se practique en todas las Delegaciones de la PROFECO, ya que en algunas no se lleva a cabo, esto por falta de personal o bien, por desconocimiento de dicho procedimiento; inclusive podemos considerar que éste procedimiento es ideal cuando los consumidores tienen todos los elementos de prueba, para acreditar la relación con los proveedores y demostrar que les asiste el derecho y la razón. En la práctica, éste procedimiento, sólo se someten los proveedores que pueden acreditar que les asiste el derecho, esto es, cuando los consumidores pretenden sorprender a la Autoridad y no cuentan con los elementos suficientes para acreditar su dicho, por lo que el proveedor hace valer sus excepciones y defensas en contra de las pretensiones del consumidor.

No obstante lo anterior, los procedimientos con los que cuenta la PROFECO, son los adecuados para la solución de dichos problemas, en virtud de que fueron creados, con el fin de defender los derechos e intereses de la población consumidora, que somos todos; Procedimientos, que de acuerdo a la nueva Ley de la Materia, objeto de nuestro estudio, se encuentran actualizados en la época en la que vivimos, ya que ahora el interés de la PROFECO, es la defensa del salario de los consumidores en contra de los proveedores voraces.

Por ello, es importante que la PROFECO, realice los procedimientos que hemos señalado, de una forma más rápida y eficiente o al menos, en los términos que menciona la Ley, con la finalidad de que adquiera la credibilidad que en su tiempo tenía, y que ahora con muchos esfuerzos la está recuperando, asimismo es preciso que de una mayor información de los procedimientos que se ventilan en la Institución,

para que los consumidores constaten realmente la efectividad de la misma, situación que no les sería onerosa, ya que como todos sabemos, tiene los medios necesarios para llevarla a cabo: como son la Dirección General de Organización de Consumidores, la Dirección General de Comunicación Social, a través de los principales medios de comunicación que son, programas de radio y televisión, así como el programa de módulos que anualmente se establecen en los diferentes puntos de la Ciudad.

C O N C L U S I O N E S

CONCLUSIONES

PRIMERA: El Instrumento más importante para la protección de los derechos de los consumidores, se encuentra en la Ley de la Materia, misma que desde su iniciativa original, propuesta por el movimiento obrero, se encuadra dentro de los lineamientos del Derecho Social en México.

SEGUNDA: La Ley Federal de Protección al Consumidor, como expresión de una rama del Derecho Social, parte de dos bases fundamentales que permiten su aplicación y proporcionalmente la fuerza de su vigencia: la Tutela atribuida al Estado en los derechos de los consumidores y la participación directa e indirecta de los consumidores mismos a través de distintas organizaciones o a título individual. Estos dos fundamentos son los que han determinado una inacabada tarea de perfeccionamiento de dicha Ley, de acuerdo a los requerimientos de nuestra sociedad.

TERCERA: Desde su origen, existieron severos cuestionamientos respecto a la constitucionalidad de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no obstante, la claridad con que nuestro mandato constitucional fundamenta la existencia y vigencia de esa Ley, contenidos en los artículos 71 fracción I y 73 fracciones XXIX-D Y XXIX-E,

podemos observar que en la práctica, algunos practicantes del Derecho, siguen esgrimiendo esa supuesta inconstitucionalidad. En este sentido, pensamos que dichos argumentos obedecen más a una práctica dilatoria, que a un serio cuestionamiento de la inconstitucionalidad de ese ordenamiento

CUARTA: Consideramos que la información y difusión de los Derechos Sustantivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, reviste una extrema importancia, toda vez, que en la medida en que nuestra sociedad este informada de sus derechos, será posible que éstos tengan un peso más específico en las relaciones económicas de consumo.

QUINTA: La Ley Federal de Protección al Consumidor, omite señalar el fundamento jurídico para requerir el informe por escrito a los proveedores, lo que debilita los elementos para poder avenir a las partes en su conflicto, y trae como consecuencia, que la Institución se debilite también, en sus argumentos o actuaciones, frente a la mención que hacen los proveedores de la falta de fundamento legal para la presentación de dicho informe por escrito.

SEXTA: Es notable resaltar el logro por parte de la Procuraduría, en cuanto a la publicidad que emplean los proveedores para ofrecer sus

servicios a los consumidores, reafirmando las acciones preventivas que se han venido desarrollando en éste renglón.

SEPTIMA: Al considerar al procedimiento conciliatorio como la médula espinal de la Procuraduría, es necesario concientizar a los conciliadores sobre la labor que están realizando, para no lesionar los intereses de los consumidores. No hay que olvidar que por su naturaleza la Ley de esta Materia, es de Derecho Social, y por lo tanto es inaceptable que los conciliadores apliquen criterios de Derecho Privado para ayudar en la conciliación.

OCTAVA: Se debe insistir, en el otorgamiento de facultades de ejecución en las multas que aplica la Procuraduría, para que los procedimientos sean realmente más efectivos, y así obligar a los proveedores a cumplir con los citatorios y requerimientos que realiza la Institución.

NOVENA: Se destaca en la presente Ley, el incremento a 200 veces el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal en las medidas de apremio, pero es importante también, que se instituya el de el auxilio de la fuerza pública, adecuando un programa con la Autoridad competente, para una mejor efectividad en la solución de las reclamaciones presentadas por los consumidores y cuando el proveedor

se muestra renuente a conciliar, o bien, haga caso omiso de los requerimientos de la Autoridad.

DECIMA: La Ley Federal de Protección al Consumidor, como herramienta importante de los conciliadores para realizar optimamente su función conciliadora, tiene ciertas lagunas en su interpretación, que la misma Institución ha ido subsanando con las políticas y criterios que actualmente llevan a cabo. En este renglón, es importante que se hagan las correcciones necesarias a dicha Ley, y más aún se haga la aclaración correspondiente y urgente, de que el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, actualmente vigente, es y debe ser de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y no de la Institución.

DECIMA PRIMERA: Los argumentos expresados en el presente trabajo de tesis, se derivan de la experiencia del sustentante, en las labores diarias en la Procuraduría, y de probar la satisfacción de cumplir con el propósito fundamental de la Institución, que es la de auxiliar y proteger los intereses de la población consumidora, y aunque la Ley de la Materia es muy limitativa en sus disposiciones, es importante difundir, de manera preventiva, los derechos sustantivos que en ella se contienen y que se han expresado en los derechos básicos, que todos los que somos consumidores, debemos saber y hacer valer.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- ACOSTA ROMERO, MIGUEL** **TEORIA GENERAL DEL DERECHO ADMINISTRATIVO, Sexta Edic. Edit. Porrúa**
- BARRERA GRAF, JORGE** **LA PROTECCION AL CONSUMIDOR, Jurídica No. 8, México, 1976**
- BARRERA GRAF, JORGE** **LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EL DERECHO MEXICANO LOGROS Y DEFINICIONES, Edit. Nueva Imagen, México 1981.**
- BIERURF, BERND** **EL DESARROLLO RECIENTE DE LA POLITICA DEL CONSUMIDOR EN EUROPA OCCIDENTAL, Edit. Nueva Imagen, México 1981.**
- CERVANTES AHUMADA, RAUL** **DERECHO MERCANTIL 1er. CURSO, Edit. Herro, México 1975.**
- CHAVEZ PADRON, MARTHA** **EL DERECHO AGRARIO EN MEXICO, Edit. Porrúa, S.A., 6ª Edic. México 1982**
- DE PINA VARA, RAFAEL** **DERECHO CIVIL MEXICANO, Vol. II, Edit. Porrúa, S.A., México 1973.**
- DE PINA VARA, RAFAEL** **DICCIONARIO DE DERECHO, Edit. Porrúa, S.A., México 1981.**

- FIX ZAMUDIO, HECTOR Y OVALLE FABELA, JOSE** DERECHO PROCESAL, UNAM, México 1991.
- GOMEZ LARA, CIPRIANO** TEORIA GENERAL DEL PROCESO, Edit. Textos Universitarios, México 1980.
- GUIDO, ALPA** LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EUROPA, MODELO DE LEGISLACION ESTATAL Y DIRECTIVA DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA, DOCUMENTO EUROPEO, Edit. Nueva Imagen, México.
- OVALLE FABELA, JOSE** COMENTARIOS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, Mc.Graw-Hill / Interamericana de México, S.A. de C.V., México, D.F. 1994.
- PALLARES, EDUARDO** DERECHO PROCESAL CIVIL, 12ª Edic., Edit. Porrúa, S.A.
- PALLARES, EDUARDO** DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL, Edit. Porrúa, S.A., México.
- SANCHEZ C. DAVILA, JORGE** LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR EN EL DERECHO POSITIVO MEXICANO, No. 27, Boletín Mexicano de Derecho Comparado, UNAM, México Septiembre-Diciembre, 1976
- TENA SUCK, RAFAEL Y MORALES S., HUGO IRALO.** DERECHO PROCESAL DEL TRABAJO, 2ª Edic. Edit. Trillas.

LEGISLACION

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

CODIGO CIVIL

CODIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES

CODIGO DE COMERCIO