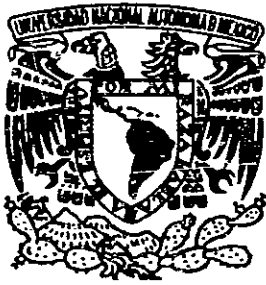


80
2 Ej.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGÓN

**“LA IMPORTANCIA DE LAS NORMAS
OFICIALES MEXICANAS EN LA RELACION
CONTRACTUAL ENTRE PROVEEDOR Y
CONSUMIDOR”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A :

JOSE LUIS DORANTES PEREZ

ASESOR DE TESIS :

LIC. JANETTE YOLANDA MENDOZA GANDARA

MÉXICO 1999

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 Dios

*Siendo que, en mi vida forma parte
de los éxitos que he logrado, siendo
este uno más, rogando siempre se
encuentre a mi lado en todo
momento de mi existencia.*

Margarita.

Mi Esposa.

*Por tu inmenso amor y apoyo desde
siempre, porque esto fue posible
gracias a ti.*

Fernando Josué, Leslie y Paola

Mis hijos.

Por ellos y para ellos.

Angel y Josefina

Mis padres.

*Aunque ya no están presentes,
quiero agradecerles la vida y toda
la ayuda que siempre me dieron.*

2

*A mis Hermanos, Suegros, Cuñados
y Concuños*

*A quienes siempre he tenido presentes
en todo momento, esperando siempre
contar con su apoyo y comprensión y
para que de igual manera continúen
preparándose y forjen su futuro para
si mismos así como el de sus hijos.*

*A la Universidad Nacional
Autónoma de México*

*Institución a la cual orgullosamente
pertenezco y que algún día me abrió
sus puertas para brindarme esta
gran oportunidad que nunca
desaproveche y que de ahora en
adelante siempre llevaré en mi
existencia con lealtad y respeto.
Por mi raza Hablara el Espíritu.*

A mi Asesor de Tesis.

*Quien de antemano siempre estaré
agradecido de su paciencia, dedicación
y apoyo brindado de su parte siempre
enfocado a la realización de la
presente investigación marcando por
siempre mi trayectoria profesional,
estando siempre presente los sabios
consejos de todo un gran profesional.
Janette Yolanda Mendoza Gardara*

A todas aquellas personas que por respeto no menciono nombres pero al dar lectura a las presentes líneas sabrán a quienes me refiero, que con su valiosa ayuda contribuyeron para lo que un día fue un grandioso sueño, hoy se convierte en una realidad.

Muchísimas Gracias a todos Ellos.

LA IMPORTANCIA DE LAS NORMAS OFICIALES MEXICANAS EN LA RELACIÓN CONTRACTUAL ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR.

INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS

1.1.- Antecedentes.....	1
1.2.- Concepto.....	12
1.3.- Procedimiento de creación.....	23
1.4.- Surgimiento de las normas oficiales mexicanas que establecen los requisitos mínimos de información que deben contener los contratos de adhesión.....	38

CAPITULO 2.- LA RELACIÓN CONTRACTUAL ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR

2.1.- Generalidades.....	47
2.2.- Documentos en los que consta la relación contractual.....	49

2.3.- Conceptos de contrato de adhesión.....	59
2.4.- Definición de contrato de adhesión en la Ley Federal de Protección al Consumidor.....	62
2.5.- Concepto de proveedor y consumidor en la Ley Federal de Protección Consumidor.....	68

CAPITULO 3.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS Y LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN MATERIA DE CONTRATOS DE ADHESIÓN.

3.1.- Competencia de la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial en los artículos 3º y 19 fracción VII de la Ley Federal de Protección al Consumidor.....	78
3.2.- Atribución específica de la Procuraduría Federal del Consumidor en cuanto a revisión y registro de los modelos de contratos de adhesión.....	82

CAPITULO 4.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS QUE DETERMINAN LOS REQUISITOS DE INFORMACIÓN QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN

4.1.- Normas obligatorias.....	109
--------------------------------	-----

4.2.- Normas voluntarias.....	119
4.3.- El registro obligatorio o voluntario de los contratos de adhesión. por disposición de la norma oficial mexicana.....	121
4.4.- Efectos del registro.....	128
4.5.- Sanciones en caso de incumplimiento de las disposiciones contenidas en las normas oficiales que regulan los requisitos de información que deben contener los contratos de adhesión.....	133

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCION

El ser humano evoluciona a través del tiempo y con él aparecen nuevas necesidades en su entorno jurídico-social que el Derecho tiene que prever buscando siempre el bien común, apareciendo en muchas ocasiones. figuras jurídicas que se adecuan a la realidad social, tal es el caso de las normas oficiales mexicanas.

Es por ello que el tema denominado "La importancia de las normas oficiales mexicanas en la relación contractual entre proveedor y consumidor", es el producto de una inquietud derivada de una realidad actual, como lo es el desconocimiento o ignorancia de la población consumidora e inclusive de los propios proveedores de bienes y servicios, en cuanto a la existencia y contenido de las normas oficiales mexicanas, que determinan los requisitos informativos que deben contener los contratos de adhesión.

Para los consumidores que es el sector mas amplio resulta de gran importancia, puesto que con dichas normas se logra una efectiva protección de sus derechos y además se consagra la responsabilidad del Gobierno Federal para procurar las medidas necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional ostenten la información comercial necesaria para que tanto ellos como los usuarios puedan tomar adecuadamente sus decisiones de compra, de usar y de disfrutar plenamente los productos y servicios que adquieren, es por ello

que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que las normas oficiales mexicanas se constituyan como el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos, las cuales establecen los términos y condiciones que deberán contener los modelos de contratos de adhesión que utilicen los proveedores en sus relaciones contractuales con el público consumidor.

Por otra parte se resalta la importancia que tiene para el proveedor de bienes y servicios, el conocer de manera oportuna y veraz la normatividad aplicable a la actividad comercial a la que se dedica, concretamente los requisitos de información que deben de contener los contratos con los cuales formalice sus operaciones comerciales.

Por tanto, se considera que el presente trabajo aportará la información necesaria que debe conocer todo consumidor respecto de los derechos que le otorgan las normas oficiales mexicanas y los contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor en materia de contratación. Asimismo facilitará al proveedor el conocimiento de sus obligaciones derivadas de las citadas normas, tanto para cubrir los requisitos mínimos de información de sus contratos, como el registro de los mismos ante la Procuraduría Federal del Consumidor y naturalmente las sanciones en que incurren por no cumplir con las mismas.

que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que las normas oficiales mexicanas se constituyan como el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos, las cuales establecen los términos y condiciones que deberán contener los modelos de contratos de adhesión que utilicen los proveedores en sus relaciones contractuales con el público consumidor.

Por otra parte se resalta la importancia que tiene para el proveedor de bienes y servicios, el conocer de manera oportuna y veraz la normatividad aplicable a la actividad comercial a la que se dedica, concretamente los requisitos de información que deben de contener los contratos con los cuales formalice sus operaciones comerciales.

Por tanto, se considera que el presente trabajo aportará la información necesaria que debe conocer todo consumidor respecto de los derechos que le otorgan las normas oficiales mexicanas y los contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor en materia de contratación. Asimismo facilitará al proveedor el conocimiento de sus obligaciones derivadas de las citadas normas, tanto para cubrir los requisitos mínimos de información de sus contratos, como el registro de los mismos ante la Procuraduría Federal del Consumidor y naturalmente las sanciones en que incurren por no cumplir con las mismas.

CAPITULO 1.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS

1.1. ANTECEDENTES

1.2. CONCEPTO

1.3. PROCEDIMIENTO DE CREACIÓN

1.4. SURGIMIENTO DE LAS NORMAS OFICIALES MEXICANAS QUE ESTABLECEN LOS REQUISITOS MINIMOS DE INFORMACIÓN QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS DE ADHESION.

CAPITULO 1.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS

1.1 ANTECEDENTES

“Durante los últimos años, se ha despertado en nuestro país un gran interés por los problemas relacionados con la producción, interés con el cual nos hemos incorporado a la preocupación universal de encontrar soluciones justas, que nos permitan elevar el nivel medio de vida, compatible con el desarrollo económico e industrial en que vivimos.

Para conseguir dicho objetivo, no pueden ser suficientes, la exportación de materias primas, el petróleo, la sustitución de importaciones o la continua elevación de salarios, ya que tales medidas conducen inevitablemente a un constante aumento del índice del costo de la vida, lo que descompensa en gran medida en beneficio que por medio del salario se pretende proporcionar.

Para moderar este problema, no hay más soluciones que introducir modificaciones adecuadas en los métodos de trabajo y procesos de producción que eleven el rendimiento de la mano de obra y, en general, de todas las actividades económicas afectadas, paralelamente a las ventas concedidas; de tal suerte que el costo final de los productos sufra la menor alteración posible.

Conscientes de que el problema así planteado es muy complejo, para analizarlo detenidamente fue preciso establecer un organismo adecuado que le dedicara la atención necesaria para recoger y coordinar las actividades dispersas que sobre esta materia se fueron desarrollando en los distintos campos de la producción".¹

México, hace sus primeros intentos por establecer una organización nacional de normas en 1927, año en que el Gobierno Federal formuló una trascendente proposición en la Conferencia General de Pesas y Medidas celebrada en París, en la que hace notar la gran preocupación de nuestro país por el establecimiento de normas mexicanas que coadyuven a mejorar la calidad de los productos manufacturados, subordinados primordialmente a la naturaleza, magnitudes y propiedades físicas o químicas de las materias primas susceptibles de medida.

Después de esta reunión, en 1933, se creó en México una sección de normas dependiente de la Dirección de Comercio de la entonces Secretaría de la Economía Nacional, que posteriormente pasó a auxiliar a la Comisión Nacional de Patrones o Tipos de Calidad y Especificaciones Industriales y Comerciales, en donde se realizaron los primeros ensayos y se formularon los primeros anteproyectos de normas industriales para productos de consumo general, a la vez que se

¹ "La Normalización en México . Simposium sobre la Normalización Integral-Memoria Técnica . Secretaria de Comercio y Fomento Industrial y Camara Nacional de la Industria de Transformación . Mexico . 27 . 28 y 29 mayo . pags . 1-3

elaboraron diversos informes tendientes a difundir el sentido, alcance y proceso de la normalización en la parte correspondiente al Gobierno Federal, como promotor y encauzador de estas actividades.

En 1937 se fusionaron, a modo de ensayo el Departamento de Pesas y Medidas y el Control Eléctrico, que poco después volvieron a independizarse.

Por último, a fines de 1942, se creó la Dirección General de Normas como verdadero organismo nacional de normalización que empezó a funcionar el 1º de enero de 1943, para establecer, de acuerdo con la iniciativa privada, a través de un plan económico que encauzara, dirigiera y asesora a las industrias, procurando unificar la calidad de los productos elaborados, así como seleccionar y simplificar los medios o diferentes tipos de fabricación, de tal manera que garantizaran los intereses del público consumidor y hubiera entre éste y el industrial una recíproca confianza.

Se asignaron a la Dirección General de Normas las siguientes atribuciones:

- a) Preparar las normas nacionales, previo reconocimiento de las pruebas técnicas y especificaciones practicadas en los laboratorios de investigación.

- b) Organizar grupos de industriales para hacer la mejor selección de productos a normalizar.
- c) Realizar una labor de propaganda y convencimiento, a fin de que los productores en su propio beneficio, estabilizaran las calidades de sus artículos, seleccionando, identificando y garantizando sus tipos y modelos.
- d) Formular un directorio de productores que hubiesen cumplido con los requisitos señalados en el punto anterior, con el propósito de distribuirlo en las agencias generales de economía.
- e) Instruir a las oficinas federales, estatales y municipales en la preparación y aplicación de las Normas de Producción, y
- f) Auxiliar al Gobierno Federal en la tarea de efectuar sus compras.

El 31 de diciembre de 1945, se expidió la Ley de Normas Industriales, que señalaba como facultades de la Dirección General de Normas, en tres capítulos, las siguientes:

CAPÍTULO I. Elaboración de normas de nomenclatura, de calidad, de funcionamiento, o bien las que se juzguen convenientes por su importancia en el campo económico o en el desarrollo industrial del país.

CAPITULO II. Formulación de las normas mediante la solicitud de datos de las Cámaras de Comercio e Industria, convocando a fabricantes, consumidores y asociaciones a juntas en donde se estudie y discuta hasta aprobar cada norma, que se considera oficial desde la fecha de publicación en el Diario Oficial, dando esto derecho a los fabricantes a solicitar, por escrito, su adhesión a la norma y hacer uso de un sello que se denominará Sello Oficial de Garantía.

CAPITULO III. Formación de comités de normas, integrados por representantes propuestos a la Secretaría de Industria y Comercio, por Cámaras Industriales y un representante oficial. Además, se facultó a la Dirección General de Normas para crear un organismo que con el nombre "NORMAS MEXICANAS ASOCIADAS" (NORMA), orientará y coordinará entre industriales y comerciantes los trabajos de normalización y el uso de las normas aprobadas, que funcionará semioficialmente, mientras tanto no alcanzará el desarrollo necesario para obtener su autonomía.

"La Ley de Normas Industriales de 1945, no llegó a aplicarse en todos sus términos. Los comités de normas nunca llegaron a funcionar; el organismo "NORMAS MEXICANAS ASOCIADAS", nunca se creó y el proceso de formulación de normas se redujo al estudio y determinación arbitraria de temas de normalización a tratar, sujeto siempre a la aprobación de la Dirección General de Normas, dando como resultado

un número muy reducido de normas con muy poca importancia económica y social.

Por otra parte, desde su creación, La Dirección General de Normas empezó a comunicarse con otras entidades de normalización en el mundo, tales como Estados Unidos, Argentina, Brasil, Inglaterra, Alemania, Francia y otras muchas particularmente con la Organización Internacional de Normalización (ISO), de la que México es miembro fundador, por haber estado presente en la reunión celebrada en Londres en el año de 1946, reunión en donde nació la ISO para sustituir la Comisión de las Naciones Unidas para Coordinación de las Normas.

Desde su iniciación, a la fecha, México ha sido miembro activo de la ISO, participando en varios Comités Técnicos y es observador en aproximadamente 106 de los 164 que forman la organización.

El esfuerzo de las autoridades por lograr un proceso de normalización paralelo al desarrollo industrial y económico del país mediante la aplicación de la Ley de Normas Industriales, fue inútil; los escasos recursos económicos disponibles, sumados a la falta de coordinación e incomprensión y colaboración de los sectores interesados hicieron inoperante este propósito.

La experiencia de los 19 años anteriores hicieron pensar a las autoridades que para resolver el problema relacionado con el acelerado desarrollo industrial, era necesario expedir una ley.

Es así como el 29 de diciembre de 1960 se expidió la "Ley General de Normas y de Pesas y Medidas". Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de abril de 1961.

En este nuevo ordenamiento se ofrece una exposición lógica de conceptos además de una estructuración metódica en sus artículos; en primer lugar, se da el reconocimiento legal del principio de obligatoriedad de las normas que rigen el Sistema General de Pesas y Medidas, las industriales que la Secretaría de Industria y Comercio fije a los materiales, procedimientos o productos que afectan la vida, la seguridad o la integridad corporal de las personas, las que señalen a juicio de la Secretaría de Industria y Comercio a las mercancías objeto de exportación y las que se establezcan para materiales, productos, artículos o mercancías de consumo en el mercado nacional, que específicamente señale la propia Secretaría cuando así lo requiera la economía del país o en interés público y, en segundo lugar, fomenta la creación de los Comités Consultivos de Normalización como organismos integrados por personas representativas de las organizaciones industriales, comerciales, de crédito, institutos de cultura y centros de

investigación que designe el titular de la Secretaría de Industria y Comercio.”²

Todo esto, aunado a las medidas adoptadas para impulsar el desarrollo de la normalización a nivel internacional con miras a facilitar un intercambio de mercancías y servicios hasta lograr un mutuo entendimiento entre las naciones en los aspectos, intelectual, científico, técnico y económico, nos permite apreciar que el estado, consciente de que México está entrando a una etapa de superación industrial, hace esfuerzos por establecer con precisión la fórmula más adecuada que permita organizar la normalización nacional.

Una vez asentado el marco histórico de la normalización en México, es pertinente mencionar algunos aspectos de dicha actividad en un panorama general. Además de la elaboración de normas, los sistemas de normalización incluyen aspectos relacionados con la certificación y acreditamiento de laboratorios de pruebas. Corresponde a éstos determinar si los productos o servicios cumplen con las estipulaciones establecidas en las normas y son los encargados de sancionar la calidad y seguridad de los bienes y servicios que se comercian, tanto a nivel nacional como internacional, así como de los procesos con que son producidos. Por lo tanto, la autoridad encargada de la normalización de un país establece criterios para la autorización,

² Idem. pags. 4 - 6

reglamentación y acreditación de estos laboratorios, de su personal y de las actividades que llevan a cabo.

"Las particularidades del sistema de normalización de cada país se explican en función de su geografía, clima, composición del ecosistema, infraestructura y nivel de desarrollo, así como de otras consideraciones de tipo económico, político, cultural, histórico y social, que han condicionado su evolución. Por todo ello, existen diferencias entre las normas de cada país, así como en los niveles local, regional o estatal, de acuerdo a los criterios aplicados en la elaboración de reglamentos de salud, seguridad, higiene y protección al consumidor. La elaboración de normas refleja no solamente las condiciones arriba mencionadas, sino también las prioridades asignadas a los objetivos de desarrollo que persigue cada país o región en un determinado momento.

Como consecuencia de la diversidad regional, nacional e internacional de las normas y de los procesos de validación de las mismas, ha surgido el incentivo para minimizar o eliminar estas diferencias a través de negociaciones en diversos foros, de los cuales el GATT es el más importante. El proceso de concertación y negociación ha resultado sumamente complejo ya que ha sido necesario establecer definiciones internacionales sobre los términos a fin de abordar las discusiones sobre bases comunes. Además, la diversidad de los fines que persigue cada país en el diseño de sus normas, en especial cuando

se utilizan como medidas proteccionistas, ha hecho más arduo el proceso.”³

“En un contexto de mercados mundiales caracterizado por la innovación tecnológica y la intensificación de la competencia, la actividad normalizadora se ha convertido en un instrumento indispensable para el comercio internacional. La norma (o estándar, como se le denomina en otros países) constituye un referente esencial para que la industria y el comercio puedan mejorar la calidad y la competitividad de sus productos y servicios. Todos los países tienen un sistema nacional de normalización y éstos, a su vez conforman el sistema internacional existente”.⁴

México cuenta con el Sistema Nacional de Normalización y Evaluación de la Conformidad, coordinado por la Dirección General de Normas (DGN) de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).

La misión general del sistema es coordinar la elaboración de normas y promover su aplicación. El sistema realiza cinco tareas fundamentales: normalización, certificación, acreditación, metrología y

³ Aspectos Generales. Monografía 8 Normas. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial México. 1981. págs. 3-4

⁴ “Presentación de la Normalización. Carpeta Institucional de la Dirección General de Normas de Secofi. México. agosto 1997. pág. 3

verificación, de las cuáles la primera es la que será motivo de nuestra atención.

En México la normalización se plasma en las normas oficiales mexicanas (NOM) de ámbito obligatorio, las cuales son elaboradas, según el área de competencia, por nueve secretarías del gobierno federal. También existen las normas mexicanas (NMX) de ámbito voluntario promovidas por el sector privado, a través de organismos nacionales de normalización privados.

"En determinadas ocasiones se hace necesario demostrar que aquello que ha sido producido es conforme a lo dispuesto por la propia norma que lo rige. De esta manera, se inicia el proceso de evaluación de la conformidad (que a su vez contiene los procedimientos de certificación y verificación, según el caso). Esta etapa del sistema desarrolla métodos de evaluación de la conformidad, que puede ser de carácter voluntario u obligatorio.

No cualquiera puede asegurar que un bien o servicio se ajusta a la norma. Se requiere que la entidad certificadora sea eficaz, independiente y profesional. Por ello, tanto los laboratorios de pruebas o los de calibración, como los organismos de certificación se someten al proceso de acreditación, mediante el cual un organismo acreditador los evalúa y se les faculta para llevar a cabo su actividad, si este examen es satisfactorio.

La normalización, la certificación y la acreditación no podrían efectuarse sin el sustento de la metrología que asegura la exactitud de las medidas y así es uno de los soportes donde reposa el desarrollo industrial y la justeza de las transacciones comerciales.

Para dar la máxima eficacia posible a estas tareas, el sistema participa en los organismos y foros internacionales de la materia defendiendo los intereses de la industria nacional; así mismo capacita recursos humanos, difunde información y promueve el sistema en su totalidad a través de la participación e impartición de conferencias, cursos, seminarios y talleres.”⁵

1.2 CONCEPTO

Antes de entrar al concepto de norma oficial mexicana es importante mencionar algunos aspectos generales de la normalización, entre los que encontramos la Industria nacional, con su crecimiento explosivo, que ha traído consigo la necesidad de crear en corto tiempo muchos de los elementos que otros países de crecimiento más organizado han desarrollado de manera normal. Algunos de estos elementos son la mano de obra especializada, los técnicos profesionales

⁵ Idem, pág. 4

y subprofesionales, organización racional y la normalización. Este último aspecto es objeto de nuestra atención.

“En los primeros años se adoptaron, como referencia fundamental, las normas de otros países; en la actualidad se armoniza nuestra normalización con el avance tecnológico de la industria mexicana y con las normas internacionales, regionales y de otros países, en este sentido y de manera general podemos decir que norma: “Es el resultado de un estudio particular de normalización, aprobado por una autoridad”.⁶

Ahora bien es indispensable que expliquemos qué es una norma, para lo cual debemos acudir, en primer término, al campo donde se utiliza y desarrolla constantemente, ya sea por natural implantación, o como fruto de una organización técnica, especialmente dedicada a la elaboración de normas, en un campo específico.

La palabra norma asume distintas acepciones según el campo o disciplina en donde se utiliza y desarrolla. Una norma natural, por ejemplo es el lenguaje. El idioma castellano es para nosotros una norma aceptada en el país, implantada a través de los años y con lo cual hemos acordado implícitamente designar, con las mismas palabras, cada objeto, acción o fenómeno que exista, se desenvuelva o se

⁶ Aspectos Generales de Normalización. Normalización. Verificación y Certificación. Oficial de la Calidad. Secretaría de Industria y Comercio. México. 1981. pág. 19

relacione con nuestra vida. De igual manera, hemos heredado y adoptado normas de comportamiento, de trabajo, etcétera, que son claro ejemplo de lo que constituye una norma cultural.

Como normas creadas a través de una organización podemos citar las normas de tránsito automovilístico, por las cuales hemos acordado guiar nuestros vehículos bajo determinadas reglas; normas de tiempo que estipulan acuerdos por cuales accedemos a regir toda nuestra actividad conforme a un patrón local, que es la hora oficial del país.

Podemos entonces establecer una clara distinción entre norma heredada, proveniente de una costumbre o tradición, y las normas que son resultado de un acuerdo organizado, las cuales podremos llamar con propiedad normas planeadas.

En el caso de la normalización industrial, habremos de tratar con ambos tipos de normas, pero antes trataremos de aclarar cuál es el uso de la norma industrial.

"En toda transacción comercial deben establecerse, por necesidad, especificaciones acordadas por ambas partes: productor y consumidor. El productor ofrecerá su artículo, afirmando que tiene tales o cuales características de calidad que satisfacen determinadas especificaciones. El comprador, por su parte, exigirá que esas especificaciones satisfagan sus necesidades.

Si ante una mesa de trabajo, productores y consumidores acuerdan fijar las características de los productos, en tal forma que, por una parte, se simplifiquen los pedidos del consumidor, y, por otra, se reduzcan las variedades producidas por el fabricante, ambos obtendrán beneficio inmediato, puesto que el comprador adquirirá el producto fabricado exclusivamente conforme a la norma acordada. El fabricante ya no se verá obligado a fabricar un producto para las necesidades del comprador "A", otro para las del consumidor "B" y otros diferentes para los consumidores "C", "D", etc.

Al reducir la variedad de artículos, satisfaciendo, no obstante, las necesidades de todos sus consumidores, el fabricante obtendrá una ventajosa disminución de costos al reducir su variedad de herramientas, de materiales de producción, al emplear más fácilmente obreros especializados. Si hace más corto el tiempo de elaboración de sus artículos, reducirá sus existencias en el almacén y logrará, como resultado, un artículo de mejor calidad y a más bajo precio. Estos beneficios encadenados en el ámbito nacional producen una ventajosa situación que, a la postre, redundará en una economía más sana, con todos los beneficios que le son afines.

Estos efectos se extienden más allá de las fronteras nacionales cuando se adoptan acuerdos específicos entre productores y

consumidores de diferentes países, obteniéndose como resultado una considerable ampliación de mercados.

Tres niveles de normas existen en la producción industrial:

1.-El primero es el empresarial, llamado así porque la norma es elaborada internamente por una compañía. Las normas empresariales son de tipo estrictamente interno. Una empresa puede establecer normas dimensionales para sus herramientas de corte; normas de diseño para propiciar el uso de determinadas partes o secciones de un producto igualmente normalizadas; normas de métodos de prueba para determinar las características, tanto de materias primas como de sus propios productos.

2.-El segundo, en nuestro caso el más importante, es el nivel en el cual la norma es elaborada por los grupos directamente interesados en las especificaciones de un producto: organismos comerciales, institutos técnicos y de investigación, y por representantes de interés general. La norma resultante es una norma nacional.

3.-El tercero y último es el nivel internacional, en los que los representantes de varios países coordinan la coincidencia de diversas normas nacionales.

En México, debido al acelerado desarrollo de la industrial, el más importante nivel normalizador es el nacional. Sólo a través de este camino podemos salvar las barreras creadas por la diversidad caótica de técnicas que obstruyen el desarrollo que exige nuestra industria.

En nuestro país, la Dirección General de Normas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, es el organismo oficial encargado de la coordinación de los diferentes sectores interesados en la elaboración de normas.”⁷

De conformidad con el artículo 3 fracción XI de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 1992, se debe entender como norma oficial mexicana **“La regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40, que establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación”**.

⁷ Idem. Pág. 20-21

Es decir, es un instrumento que a través de las Dependencias de la Administración Pública Federal establece con carácter de obligatorio las especificaciones técnicas con que deben cumplir, los productos, servicios, actividades, para garantizar la seguridad de la población, la sanidad vegetal y animal, la higiene laboral, las comunicaciones, los ecosistemas, la información al público y la protección de los consumidores, entre otros, para ser comercializados.

TIPOS DE NORMAS

La Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece dos tipos de normas:

A) Normas mexicanas.- Las normas de referencia que emitan los Organismos Nacionales de Normalización y que son conocidas como voluntarias.

Pueden fomentar la calidad y la competitividad mexicana en cuanto a sus productos y servicios en los mercados internacionales y facilitar al consumidor nacional la identificación de marcas de calidad que le permitan disfrutar mejores productos y servicios.

B) Normas oficiales mexicanas.- Las que expidan las Dependencias competentes de la Administración Pública Federal de carácter obligatorio, siendo estas las que precisamente son motivo de análisis del presente trabajo de investigación.

Es decir, es un instrumento que a través de las Dependencias de la Administración Pública Federal establece con carácter de obligatorio las especificaciones técnicas con que deben cumplir, los productos, servicios, actividades, para garantizar la seguridad de la población, la sanidad vegetal y animal, la higiene laboral, las comunicaciones, los ecosistemas, la información al público y la protección de los consumidores, entre otros, para ser comercializados.

TIPOS DE NORMAS

La Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece dos tipos de normas:

A) Normas mexicanas.- Las normas de referencia que emitan los Organismos Nacionales de Normalización y que son conocidas como voluntarias.

Pueden fomentar la calidad y la competitividad mexicana en cuanto a sus productos y servicios en los mercados internacionales y facilitar al consumidor nacional la identificación de marcas de calidad que le permitan disfrutar mejores productos y servicios.

B) Normas oficiales mexicanas.- Las que expidan las Dependencias competentes de la Administración Pública Federal de carácter obligatorio, siendo estas las que precisamente son motivo de análisis del presente trabajo de investigación.

Dichas normas establecen los requisitos, características o especificaciones técnicas con que deben cumplir los productos, proceso, servicios o actividades con el fin de lograr los objetivos propios para los cuales se crea.

El catálogo mexicano de normas contiene las normas oficiales mexicanas (NOM's) y las Normas Mexicanas (NMX's) vigentes en México. Dicho catálogo clasifica las normas por dependencia, rama de actividad económica y producto, el cual cuenta con 538 normas oficiales mexicanas, 9 normas oficiales mexicanas de emergencia y 266 proyectos emitidos desde 1993 a la fecha.

Al respecto cabe mencionar que existen normas que regulan a diversos productos, como pueden ser la industria textil, eléctrica, electrónica, de la construcción, equipos, etcétera. Además no solamente los productos están sujetos a las normas, también lo están los servicios que se ofrecen al público, en este ámbito encontramos a las que determinan los requisitos mínimos de información que deben contener los contratos de adhesión que celebre el proveedor en sus operaciones comerciales con el consumidor.

Existen también normas oficiales mexicanas de instrumentos de medición, que garantizan equidad, uniformidad y transparencia en las transacciones comerciales, así como, la seguridad y salud de los consumidores.

Es común que en algunos productos encontraremos la contraseña NOM, y en la mayoría de los casos ignoramos lo que representa la ventaja implícita en esos productos.

Los productos que ostenten la contraseña NOM tienen la garantía de que cumplen con los requerimientos de seguridad para el usuario.

Es por ello que las normas oficiales mexicanas tienen como finalidad establecer:

- I. "Las características y/o especificaciones que deban reunir los productos y procesos cuando éstos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal, vegetal, el medio ambiente general y laboral, o para la preservación de recursos naturales;
- II. Las características y/o especificaciones de los productos utilizados como materias primas o partes o materiales para la fabricación o ensamble de productos finales sujetos al cumplimiento de normas oficiales mexicanas, siempre que para cumplir las especificaciones de éstos sean indispensables las de dichas materias primas, partes o materiales;
- III. Las características y/o especificaciones que deban reunir los servicios cuando éstos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana,**

animal, vegetal o el medio ambiente general y laboral o cuando se trate de la prestación de servicios de forma generalizada para el consumidor;

- IV. Las características y/o especificaciones relacionadas con los instrumentos para medir, los patrones de medida y sus métodos de medición, verificación, calibración y trazabilidad;
- V. Las especificaciones y/o procedimientos de envase y embalaje de los productos que puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud de las mismas o el medio ambiente;
- VI. Las condiciones de salud, seguridad e higiene que deberán observarse en los centros de trabajo y otros centros públicos de reunión;
- VII. La nomenclatura, expresiones, abreviaturas, símbolos, diagramas o dibujos que deberán emplearse en el lenguaje técnico industrial, comercial, de servicios o de comunicación;
- VIII. La descripción de emblemas, símbolos y contraseñas para fines de lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.
- IX. Las características y/o especificaciones, criterios y procedimientos que permitan proteger y promover el mejoramiento del medio ambiente y los ecosistemas, así como la preservación de los recursos naturales;

- X. Las características y/o especificaciones, criterios y procedimientos que permitan proteger y promover la salud de las personas, animales o vegetales;
- XI. La determinación de la información comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene y requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalajes y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario;**
- XII. Las características y/o especificaciones que deben unir los equipos, materiales, dispositivos e instalaciones industriales, comerciales, de servicios y domésticas para fines sanitarios, acuícolas, agrícolas, pecuarios, ecológicos, de comunicaciones, de seguridad o de calidad y particularmente cuando sean peligrosos;
- XIII. Los apoyos a las denominaciones de origen para productos del país;
- XIV. Las características y/o especificaciones que deban reunir los aparatos, redes y sistemas de comunicación, así como vehículos de transporte, equipos y servicios conexos para proteger las vías generales de comunicación y la seguridad de sus usuarios;
- XV. Las características y/o especificaciones, criterios y procedimientos para el manejo, transporte y confinamiento de materiales y residuos industriales peligrosos y de las sustancias radioactivas; y

XVI. Otras en que se requiera normalizar productos métodos, procesos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios de conformidad con otras disposiciones legales, siempre que se observe lo dispuesto por los artículos 45 a 47 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización”.⁸

1.3 PROCEDIMIENTO DE CREACION DE LAS NORMAS OFICIALES MEXICANAS.

En el pasado, la expedición de normas oficiales mexicanas era realizada únicamente por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, quien no estaba sujeta a mecanismos claros; asimismo, cada Dependencia tenía su propio procedimiento para regular diversas actividades en las que tenían competencia y en ocasiones se duplicaban los esfuerzos al regular los mismos procesos, productos o servicios, además de generar contradicciones. Tampoco se efectuaba una evaluación de los costos o beneficios sociales que se originaban con dicha regulación, lo cual invariablemente, creaba obstáculos para la innovación tecnológica, encarecía los procesos productivos, disminuía la inversión y establecía barreras al ingreso de participantes en la actividad. La falta de coordinación entre las Secretarías retrasaba el proceso de comercialización de los productos, aumentaba costos e incrementaba la ilegalidad y la economía informal.

⁸ Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 20 de mayo de 1997, págs. 61- 62.

En virtud de tal consecuencia, con la publicación de la citada Ley Federal sobre Metrología y Normalización se integró un procedimiento uniforme en el que el órgano competente para la elaboración y promoción del cumplimiento de una norma oficial mexicana es el Comité Consultivo Nacional de Normalización, el cual está integrado por personal técnico de las Dependencias competentes, según la materia que corresponda a la norma que se vaya a elaborar, por organizaciones de industriales, prestadores de servicios, comerciantes, productores agropecuarios, forestales o pesqueros, centros de investigación científica o tecnológica, colegios de profesionales y consumidores.

Sus resoluciones se toman por consenso o por mayoría de votos de los miembros, contando con el voto aprobatorio del Presidente del Comité, quien será un representante de la Dependencia que regule el mayor número de actividades relacionadas con la norma oficial mexicana que se va a elaborar.

Para la elaboración de una norma oficial mexicana, se toman en cuenta las características propias del país, ya sean de carácter económico, político, cultural, histórico, social o geográfico, pero principalmente se consideran las disposiciones jurídicas que están relacionadas con la norma que se pretende elaborar.

Asimismo, al elaborar una norma oficial, se debe hacer un análisis correspondiente a la evaluación de la misma.

Pasando concretamente al procedimiento para la elaboración de una norma oficial mexicana, éste deberá ser uniforme y se llevará a cabo por las Dependencias de la Administración Pública Federal, a quienes se les da la facultad para expedirlas. Para tales efectos, se promueve la concurrencia de los sectores públicos, privado, científico y de consumidores, quienes participan en el análisis y evaluación de la norma que se va a elaborar dando sus puntos de vista, opiniones, propuestas y experiencia sobre la materia que se va a regular, tal es el caso por ejemplo de la NOM-122-SCFI-1997, "Prácticas Comerciales-Requisitos de Información en la Compraventa y Consignación de Vehículos Usados, en la que de acuerdo a su prefacio, participaron en su elaboración entre otras, las siguientes empresas e instituciones:

- "Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores, A. C. (AMDA)
- Asociación Nacional de Comerciantes en Automóviles y Camiones Nuevos y Usados, A. C. (ANCA)
- Autos La Viga, S.A. de C.V.
- Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO)
- Instituto Politécnico Nacional (IPN) Escuela Superior de Ingeniería, Mecánica y Eléctrica, Unidad Culhuacán.

- Procuraduría Federal del Consumidor.
- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)".⁹

La Ley Federal de Metrología y Normalización establece en los artículos 46 y 47, el procedimiento de creación de normas oficiales mexicanas, el cual se detalla a continuación:

En la elaboración de normas oficiales mexicanas participarán, ejerciendo sus respectivas atribuciones, las dependencias a quienes corresponda la regulación o control del producto, servicio, método, proceso o instalación, actividad o materia a normalizarse.

ANTEPROYECTO:

La elaboración de los anteproyectos de normas mexicanas, corresponde a las dependencias, las cuales deben someter a los comités consultivos nacionales de normalización los citados anteproyectos. Asimismo los organismos nacionales de normalización, podrán presentar a dichos comités, como anteproyectos las normas mexicanas que emitan. (Artículo 44 de la Ley Federal de Metrología y Normalización).

⁹ Norma Oficial Mexicana NOM-122-SCFI-1997 "Prácticas Comerciales- Requisitos de información en la compra venta y consignación de vehículos usados". México, Diario Oficial de la Federación 6 de mayo de 1998, págs. 2-3.

Sobre el particular, existe la modalidad de que las personas físicas o morales que estén interesadas en la creación de una norma oficial mexicana puedan presentar a las Dependencias correspondientes sus propuestas, quienes harán una evaluación y, en el supuesto que determinen su procedencia, las presentarán al mencionado Comité como anteproyecto de norma oficial mexicana.

Todo anteproyecto deberá ir acompañado de un análisis en el que se determine:

- a) La razón científica, técnica o de protección al consumidor que apoye la formulación y expedición de la norma.
- b) La descripción de los beneficios potenciales de la norma, incluyendo los beneficios que no pueden ser cuantificados en términos monetarios y la identificación de aquellas personas o grupos que resultarían beneficiados.
- c) La descripción y cuantificación de los costos potenciales de la norma, incluyendo cualquier efecto adverso que no pueda ser cuantificado en términos monetarios.
- d) La justificación de por qué la norma oficial mexicana es, entre otras alternativas posibles, el mecanismo que permite alcanzar el objetivo deseado con el mayor beneficio neto. Esta justificación deberá incluir una descripción de otros mecanismos que permitan alcanzar el mismo objetivo con mayor beneficio neto que la norma oficial mexicana.

propuesta y las razones legales o de otra índole por las cuales estos mecanismos no fueron adoptados. Si no existen mecanismos alternativos deberá hacerse mención de ello.

Considero que este análisis nos indica desde el punto de vista legal, que el anteproyecto deberá tener una debida fundamentación y motivación, toda vez que la expedición de una norma oficial mexicana, se sustentará en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y otras disposiciones legales que estén relacionadas con el producto o servicio que se pretende regular y, al presentarse un anteproyecto, éste deberá motivarse en cuanto a la razón, beneficios, costos, cuantificación y justificación, buscando su delimitación y estableciendo los criterios de la formulación del proyecto definitivo de la norma oficial mexicana; asimismo, en el anteproyecto no deberá dejarse en estado de indefensión a los particulares, toda vez que, en el mismo, se remarca la justificación del por qué se va a crear una norma y los objetivos que se pretenden alcanzar con la misma, siendo estos siempre legales.

Por otra parte es pertinente señalar que las dependencias competentes, en la elaboración de anteproyectos de normas oficiales mexicanas, podrá allegarse de la información necesaria, requiriendo a los fabricantes importadores, prestadores de servicios, consumidores o centros de investigación. Por lo que los datos y documentos que recaben las dependencias para la elaboración de los citados anteproyectos, así como para cualquier trámite administrativo relativo a

las mismas, se empleara exclusivamente para tales fines y cuando la confidencialidad de la misma esté protegida por la ley, el interesado deberá autorizar su uso. Por lo que a solicitud expresa del mismo, tendrá el carácter de confidencial y no será divulgada, gozando de la protección establecida en materia de propiedad intelectual.

PROYECTO:

Con base en los anteproyectos, los comités consultivos nacionales de normalización, elaboran los proyectos de normas oficiales mexicanas de conformidad con el artículo 44 de la Ley Federal de Metrología y Normalización, según el siguiente procedimiento:

- I. Una vez recibido el anteproyecto por el Comité Consultivo Nacional de Normalización correspondiente, formulará sus observaciones en un plazo máximo de 75 días naturales.

- II. Recibidas las observaciones del comité consultivo nacional de normalización, la dependencia u organismo nacional de normalización que elaboró el anteproyecto cuenta con un plazo de 30 días naturales, contados a partir de la fecha en que recibió dichas observaciones, para contestar fundadamente las observaciones y, en su caso hacer las modificaciones correspondientes.

- III. Si la dependencia considera injustificadas las observaciones del comité podrá solicitar a la presidencia de éste, que sin modificar su anteproyecto, ordene su publicación en el Diario Oficial de la Federación, como proyecto, (Art. 46 fracción II de la Ley en cita).
- IV. Los interesados cuentan con un plazo de 90 días naturales contados a partir de la publicación del proyecto de la norma oficial mexicana, para presentar comentarios al comité correspondiente. Durante el mismo plazo, los interesados podrán consultar la manifestación de impacto regulatorio referida en el artículo 45 de la Ley Federal de Metrología y Normalización, relativos a motivación, beneficios potenciales, costos potenciales y en general, la justificación de la norma oficial mexicana (Art. 47 fracción I del mismo ordenamiento legal).
- V. Concluido el plazo referido en el punto anterior, el Comité Consultivo Nacional de Normalización correspondiente contará con 45 días naturales para estudiar los comentarios presentados y en su caso procederá a modificar el proyecto, (Art. 47 fracción II de la Ley de referencia).
- VI. Particularmente, considero que esta fase del procedimiento, refleja uno de los beneficios indirectos de la Ley de la materia, el cual consiste en conjuntar los esfuerzos a través de la participación de los sectores público y privado, para que al crear una norma, su cumplimiento sea eficaz, sin que ésta haya sido elaborada arbitrariamente.

VII. Se ordenará la publicación en el Diario Oficial de la Federación las respuestas a los comentarios recibidos por el comité, así como de las modificaciones al proyecto, cuando menos 15 días naturales antes de la publicación de la norma oficial mexicana (Art. 47 fracción III de la citada ley).

VIII. Considero que dicho Comité deberá emitir una contestación debidamente fundada y motivada a cada uno de los interesados que presentaron sus comentarios, exponiendo claramente las consideraciones por las cuales no fueron tomadas en cuenta sus opiniones para modificar el proyecto, porque de lo contrario de nada serviría que los particulares presentarán sus propuestas para darle mayor eficacia a una norma, garantizando de esta manera el derecho de petición a que se refiere el artículo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IX. Cuando el comité hubiera aprobado el proyecto, la dependencia expedirá la norma oficial mexicana, misma que deberá publicar en el Diario Oficial de la Federación (Art. 47 fracción IV de la ley en cita).

Cabe mencionar que cuando sean dos o más dependencias competentes para regular un bien, servicio, proceso, actividad o materia, deberán expedir las normas oficiales mexicanas conjuntamente. Invariablemente, el presidente del comité será el encargado de ordenar las publicaciones en el Diario Oficial de la Federación.

Esta Publicación ya no se hará como anteproyecto o proyecto de norma oficial mexicana, sino como norma oficial mexicana propiamente dicha y desde que entre en vigor, su cumplimiento será obligatorio.

Esta es una modalidad de carácter trascendental, debido a que es conocido, que para que una disposición jurídica surta efectos obligatorios frente a terceros, deberá ser publicada en el Diario Oficial de la Federación; sin embargo, como se ha analizado, Una norma oficial mexicana se publica por dos veces, en donde la primera publicación es del proyecto y no tendrá imperatividad para aquellos que deban cumplirla, en cambio no es sino hasta con la segunda publicación, cuando la norma oficial mexicana, tiene efectos obligatorios frente a terceros, por lo que podemos considerar que el proyecto de norma oficial mexicana, es una excepción a la obligatoriedad por la publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Es importante destacar que para la modificación de las normas oficiales mexicanas debe cumplirse con el procedimiento que se siguió para su elaboración, salvo que ya no subsistan las causas que motivaron la expedición de dicha norma oficial mexicana, supuesto en el que las dependencias competentes, a iniciativa propia o a solicitud de

la Comisión Nacional de Normalización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial o de los miembros del Comité Consultivo Nacional de Normalización correspondiente, podrán modificar o cancelar la norma de que se trate sin seguir el procedimiento respectivo. Esta excepción no es aplicable cuando se pretendan crear nuevos requisitos o procedimientos, o bien incorporar especificaciones más estrictas, en cuyo caso deberá seguirse el procedimiento respectivo.

Por otra parte, existe una FASE EXTRAORDINARIA para el procedimiento de elaboración de una norma consistente en la elaboración de una norma oficial mexicana en caso de emergencia, que es cuando una Dependencia competente elabora una norma oficial directamente, aún sin haber mediado anteproyecto o proyecto alguno, ordenando su publicación en el Diario Oficial de la Federación teniendo una vigencia máxima de seis meses.

En este caso no podrá expedirse más de dos veces consecutivas la misma norma.

Cabe hacer mención que si la Dependencia que elaboró la norma, decide extender el plazo de vigencia, o bien, hacerla permanente, deberá presentarla como anteproyecto para llevar a cabo el procedimiento ordinario.

En cuanto a esta fase, es decir, la delimitación de los casos de emergencia para expedir una norma oficial mexicana, considero que aunque la ley no lo determina expresamente, abarcarían aquellas circunstancias de caso fortuito o fuerza mayor, que afecten alguno de los objetivos que persigue una norma, tales como la protección del consumidor, la salud o la seguridad pública, etc.

Además de los Comités Consultivos Nacionales de Normalización, existe también la "Comisión Nacional de Normalización" cuyo objetivo primordial es el de coadyuvar en la política de normalización permitiendo la coordinación de actividades entre las distintas dependencias públicas y privadas para la elaboración, difusión y cumplimiento de las normas oficiales mexicanas; así como, el establecimiento de los mecanismos referentes a la solución de controversias o discrepancias que puedan presentarse en los trabajos de los Comités Consultivos Nacionales de Normalización

"Es evidente que la protección al consumidor, en la forma que es tratada actualmente en los países más adelantados, está basada en una política de calidad apoyada necesariamente en la normalización.

· Por medio de una norma se establecen las características que debe satisfacer un material, artículo, producto o servicio para garantizar la aptitud para el uso al que está destinado o bien que las condiciones de contratación contengan la información indispensable para que el

consumidor pueda tomar adecuadamente sus decisiones y es por tanto, la primera ley de protección al consumidor.

Cuando los productos o servicios cumplen con las normas dictadas para ellos por un organismo que como la Dirección General de Normas tiene en cuenta no solamente las opiniones de los proveedores y fabricantes, sino también las necesidades de los usuarios, el consumidor tendrá la garantía de adquirir un bien o servicio de calidad definida y cierta.

Por tanto, Es necesario que exista entre todos los sectores de una empresa el "espíritu de normalización", y en tanto ésta se convierta en compradora, será necesario que sus departamentos de compras dispongan de normas oficiales mexicanas referentes a materias primas, materiales y productos que adquieran y hagan sus pedidos con base en ellas, bajo un estricto y efectivo control de su aplicación.

En esta importante tarea la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial esta consciente de que ningún plan o programa tendrá éxito si no se cuenta con el respaldo moral y material de la Industria nacional, pública y privada que en última instancia tiene un papel definitivo y relevante en el desarrollo del país.

Consciente de la decisiva influencia de la normalización en el comercio internacional de materias primas y productos y con el propósito

de garantizar los intereses y necesidades del consumidor, dicha Secretaría, por medio de su Dirección General de Normas, ha decidido unificar su criterio para elaborar las normas oficiales mexicanas con el de la Organización Internacional de Normalización (ISO), tomando como base fundamental para elaborar dichas normas la "ISO" Guide for the presentation of international, standards and technical reports", (Guía internacional para la presentación de normas y trabajos técnicos), que representa el esfuerzo de los más destacados expertos en esta importante rama de la ciencia y la tecnología.

Es el propósito de la Dirección General de Normas que la unificación para la redacción, estructuración y presentación de las normas oficiales mexicanas, facilite y agilice en gran medida, el desarrollo de la normalización nacional; por tanto, todas aquellas instituciones, organismos, empresas, técnicos y partes interesadas en normalizar materias primas, materiales, partes, productos terminados o bienes y servicios etc., deben presentar a la Dirección General de Normas, bajo la estructura que más adelante se detalla, los proyectos de normas para su oficialización".¹⁰

Para la emisión de las normas oficiales mexicanas deberán contemplarse los siguientes elementos:

¹⁰ Norma Oficial Mexicana NOM-R-50-1997, Guía para la Redacción, Estructuración y presentación de las Normas Oficiales Mexicanas. México, Diario Oficial de la Federación. 31 de octubre de 1997, pág. 4.

- I. La denominación de la norma, su clave o código y en su caso, la mención de las normas en que se basa, así como las finalidades de la misma conforme al artículo 40 de la Ley sobre Metrología y Normalización.
- II. La identificación del producto, servicio, método, proceso, instalación o, en su caso, del objeto de la norma conforme a lo dispuesto en el precepto legal citado en el punto precedente
- III. Las especificaciones y características que correspondan al producto, servicio, método, proceso, instalación o establecimientos que se establezcan en la norma en razón de su finalidad.
- iv. Los métodos de prueba aplicables en relación con la norma y, en su caso, los de muestreo.
- V. Los datos y demás información que deban contener los productos o en su defecto, sus envases y empaques, así como el tamaño y características de las diversas indicaciones.
- VI. El grado de concordancia con normas y lineamientos internacionales cuando existan y con las normas mexicanas tomadas como base para su elaboración.
- VII. La bibliografía que corresponda a la norma.

VIII.La mención de la o las dependencias que vigilarán el cumplimiento de las normas cuando exista concurrencia de competencia; y

IX.Las otras menciones que se consideren convenientes para la debida comprensión y alcance de la norma.

1.4 SURGIMIENTO DE LAS NORMAS OFICIALES MEXICANAS QUE ESTABLECEN LOS REQUISITOS MÍNIMOS DE INFORMACIÓN QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN.

Antes de entrar al estudio del presente punto es importante mencionar algunos aspectos generales que nos ubiquen en el contexto social en el que surgen las normas oficiales mexicanas y particularmente las que expide la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en materia de requisitos que deben contener los contratos de adhesión cuyo registro se realice en la Procuraduría Federal del Consumidor. Un conductor en cualquiera parte del mundo supone, al utilizar un automóvil, que los pedales estarán colocados en la misma forma que en su propio vehículo y que reconocerá en forma inmediata el significado de los diversos símbolos que aparecen en el tablero de control. Muy pocos de nosotros estamos consientes de la gran cantidad de normas técnicas que existen y gracias a las cuales es posible telefonar, enviar un fax o un mensaje electrónico a cualquiera parte del mundo.

Nosotros, como consumidores, entendemos la normalización técnica como algo establecido o dado. La ausencia de normas, sin embargo, puede ocasionarnos una serie de inconvenientes y malestares. ¿Quién, por ejemplo, no se ha sentido molesto por la aparente falta de normalización internacional respecto a tallas de vestuario, o irritado cuando la ampolleta que hemos comprado para nuestra lámpara no se adapta a ésta, o confundido cuando no nos habíamos dado cuenta de que los indicadores telefónicos de acceso internacional son diferentes de un país a otro?

“Los productos, los servicios y los consumidores se han vuelto más inteligentes. Las tarjetas inteligentes y los automóviles inteligentes ya están aquí, y los edificios inteligentes y las autopistas inteligentes están a la vuelta de la esquina. Estas atrayentes nuevas tecnologías están diseñadas para ayudar a los consumidores y lo harán, siempre que las personas y el ambiente estén protegidos de los efectos colaterales no deseados. Las normas técnicas desempeñan un rol extraordinariamente importante en la protección del consumidor, al tomar en consideración los requisitos relacionados con la seguridad en el uso o funcionamiento, la confiabilidad, la compatibilidad de nuestros productos, la adecuación a los fines para los que fueron diseñados, la calidad y el impacto ambiental.

En el campo de la normalización técnica, los intereses de los consumidores están representados en comités y grupos de trabajo

donde se estudian las normas técnicas dentro de las organizaciones nacionales de normalización. Estas, a su vez, trabajan en el establecimiento de las normas internacionales, como en el caso de las normas de la Organización Internacional para la Normalización, ISO, de la Comisión Electrotécnica Internacional, IEC, y de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, ITU. Las actividades de normalización de ISO cubren todo el espectro tecnológico, con la excepción de la normalización en los campos eléctrico y electrónico, que es responsabilidad de la IEC, y las tecnologías de telecomunicaciones y radiocomunicaciones, que son de responsabilidad de la ITU.

Las normas internacionales se aplican en una amplia gama de campos que, lejos de limitarse a los productos de consumo masivo, bienes del hogar y aparatos domésticos, consideran también los instrumentos quirúrgicos, los plásticos, las telecomunicaciones, los transportes, los equipos deportivos, por citar algunos ejemplos.

La seguridad, la compatibilidad, la confiabilidad y la calidad son factores claramente determinantes para el consumidor. el valor justo por el precio pagado en dinero es otro beneficio que el consumidor obtiene de las normas técnicas. Las normas mundiales facilitan las condiciones para un comercio internacional abierto, que coloca a los fabricantes y productores y a los consumidores en la situación de beneficio mutuo. Al fabricante se le reduce el costo de buscar satisfacer las necesidades de diferentes mercados nacionales; el consumidor, por otra parte, se

beneficia por la competencia entre proveedores deseosos de atender sus necesidades y expectativas.

Las normas se formulan como documentos técnicos, pero sus propósitos vienen a ser humanos: las normas existen para ayudar a las sociedades y de este modo a los consumidores en general a alcanzar sus aspiraciones naturales. Las normas técnicas las ayudan a disfrutar y a usar su medio ambiente sin deteriorarlo, a tener bienes durables a precios justos, a realizar sus tareas cotidianas en forma segura con una mínima labor manual y con una máxima eficiencia, a tener un lenguaje común para la comunicación rápida, y a tener la libertad de usar y de intercambiar sus productos a través de las fronteras internacionales.

En la actualidad, los consumidores se preocupan más bien por la ausencia de normas que por su existencia. Por esto es que la voz de los consumidores se escucha cada vez más en el proceso de estudio de las normas técnicas. Los organismos de normalización necesitan, buscan y estimulan la participación de las organizaciones de consumidores en la elaboración de las normas técnicas los consumidores necesitan normas que los protejan; las normas necesitan el aporte de los consumidores para ser efectivamente prácticas y útiles.

La asociación entre las normas técnicas y el consumidor es cada vez más necesaria para un mundo mejor, pero esta relación es con

frecuencia poco explícita y todos deberemos contribuir a cambiar esta situación.”¹¹

Ahora bien, dejado asentado lo anterior es preciso entrar al estudio del surgimiento de las normas oficiales mexicanas motivo de la presente investigación, para lo cual debemos mencionar que la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1992 y entró en vigor al día siguiente. En su artículo 2º. Transitorio abrogó la Ley Federal de Protección al Consumidor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1975, cerca de diecisiete años de vigencia y experiencia de la anterior Ley hicieron que se consolidara y arraigara la Procuraduría Federal del Consumidor, como la institución fundamental encargada de la promoción y protección de los derechos e intereses de los consumidores.

“Es por ello que considero de gran importancia, referirme a algunas de las principales modificaciones que se advierten en el texto de la nueva Ley.

1. Objeto de la Ley

¹¹ Fernández Fredes, Francisco. Cuadernos de Análisis Jurídicos, Serie 33 semanario. Universidad Diego Portales, Chile. 1997, pág. 67-69

En el artículo 1º. Se señala que el objeto de esta Ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. La equidad es entendida en el sentido aristotélico de aplicación justa de la Ley en el caso concreto; como una forma específica de la justicia. La seguridad jurídica, por su parte, consiste en dar certeza, certidumbre conforme al orden jurídico, a las relaciones entre proveedores y consumidores.

2. Principios o derechos básicos

En el mismo artículo 1º. Se enuncian como principios básicos o "derechos básicos del consumidor":

- I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra riesgos provocados por prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;
- II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;
- III. 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 presente;

IV. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

Los derechos previstos en la Ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de los 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.

Es claro que estos principios o derechos básicos del consumidor traen aparejados, cada uno, la respectiva obligación a cargo del proveedor, o el deber a cargo de la autoridad competente."¹²

3. Contratos de adhesión

"En relación con los contratos de adhesión debemos recordar que el artículo 1º., fracción VIII, establece como principio o derecho básico en las relaciones de consumo, la protección contra métodos comerciales

¹² Ovalle Fabela, José, Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor, segunda edición, editorial Mc. Graw Hill, México, 1995, págs. 4-5.

coercitivos o desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

Este derecho básico genera el deber de la Procuraduría Federal del Consumidor de combatir por los medios legales dichos métodos, prácticas y cláusulas. Asimismo, la fracción II del mismo precepto impone a la Procuraduría la función de proporcionar educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones.

El artículo 19, fracción VII, faculta a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para expedir normas oficiales mexicanas sobre los términos y condiciones a que deberán ajustarse los modelos de contratos de adhesión que requieran de inscripción en los términos de la ley. A su vez, el artículo 86 establece que la Secretaría, mediante normas oficiales mexicanas, podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento.”¹³

¹³ *Ibidem*, pág. 46.

En este marco social y jurídico podemos concluir afirmando que la nueva Ley no es sino un instrumento para tratar de lograr la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo. Sus disposiciones deberán ser interpretadas tomando en cuenta este objetivo y los principios o derechos básicos consignados en el artículo 1º. Por lo que con este espíritu se realiza la innovación legislativa, plasmada en dicha ley, relativa a la competencia de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para expedir las normas oficiales mexicanas que establezcan los requisitos mínimos de información que deben contener los contratos de adhesión que revise, apruebe y en su caso registre la Procuraduría Federal del Consumidor con la finalidad de asegurar transparencia en las operaciones comerciales relativas a bienes y servicios, en las que los consumidores tienen la certeza de elegir la compra o contratación que más les convenga. O bien, la posibilidad de hacer valer sus derechos en caso de incumplimiento.

CAPITULO 2.- LA RELACIÓN CONTRACTUAL ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR

2.1.- Generalidades.

2.2.- Documentos en los que consta la relación contractual

2.3.- Conceptos de contrato de adhesión.

2.4.- Definición de contrato de adhesión en la Ley Federal de
Protección al Consumidor.

2.5.- Concepto de proveedor y consumidor en la Ley Federal de
Protección al Consumidor.

CAPITULO 2.- LA RELACION CONTRACTUAL ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR.

2.1. GENERALIDADES.

No resulta fácil determinar con precisión los límites distintivos de dos figuras como son los convenios y los contratos, porque la vida económica actual impone con frecuencia una amplia variedad de situaciones que mezcla en forma indistinta diversos compromisos en una sola figura que por su naturaleza resulta compleja, es ahí donde las normas oficiales mexicanas realizan un papel importante en la relación contractual entre el proveedor y el consumidor, ya que unifican los términos y condiciones aplicables a los contratos de adhesión que celebren ambos para documentar las operaciones comerciales relativas a la adquisición de bienes o la prestación de servicios.

Ahora bien respecto del consentimiento, es de vital importancia evocar el principio de la autonomía de la voluntad y de la libertad contractual. En el entendimiento de este principio, las partes pueden celebrar los convenios que deseen aún cuando éstos no se encuentren expresamente regulados por la Ley, con la única condición de que sean lícitos, por tal motivo, en nuestra legislación Civil son reconocidos también los contratos innominados, específicamente en el artículo 1858,

que a la letra dice: "Los contratos que no estén expresamente reglamentados en éste Código, se regirán por las reglas generales de los contratos, por las estipulaciones de las partes y, en lo que fueren omisas, por las disposiciones del contrato con el que tengan más analogía de los reglamentados en este ordenamiento".

De lo anterior se desprende que, de acuerdo con el principio de la autonomía de la voluntad, las partes son libres para celebrar o no contratos, y al celebrarlos, obran libremente, bajo un marco de igualdad, poniéndose de acuerdo sobre los términos del contrato, fijando su objeto, sin más restricciones que las que impone el orden público. En consecuencia, los particulares pueden estipular en sus contratos todo lo que no sea contrario a una Ley que sea de interés público; por lo que el contenido de un contrato puede contravenir una Ley, siempre que ésta sea supletoria de la voluntad de las partes.

Sin embargo, cabe aclarar que, aún cuando el principio de la autonomía de la voluntad no ha desaparecido y continúa siendo la base del derecho moderno en materia de contratos, la Ley ha impuesto cada vez un mayor número de limitaciones a la libertad contractual, por dos razones primordiales; la dependencia material de las personas, en relación al medio en que viven, y a la obligación de velar por el mantenimiento de cierto grado de justicia, distributiva o conmutativa, reflejando así la protección que el legislador brinda a los débiles, desprotegidos e ignorantes, y a los consumidores, quienes

generalmente no se encuentran en un plano de igualdad al celebrar contratos.

“Dichas limitaciones, son claramente señaladas en la exposición de motivos del Código Civil cuando señala: Si bien es verdad que la voluntad de las partes es la suprema ley de los contratos, ha dicho la Suprema Corte de Justicia de la Nación, también lo es que dicho principio tiene dos limitaciones forzosas e ineludibles: la primera, que se deriva del interés público, que está por encima de la voluntad individual, y la segunda, de la técnica jurídica, sobre la que tampoco puede prevalecer el capricho de los contratantes”.¹⁴

2.2 DOCUMENTOS EN LOS QUE CONSTA LA RELACION CONTRACTUAL

Antes de entrar al estudio de este punto, conviene señalar que por relación jurídica se entiende “aquella relación que se da entre el sujeto de una obligación y el titular de un derecho subjetivo. La expresión relación jurídica, en este sentido, es un concepto prácticamente exclusivo de la dogmática civil.

¹⁴ Treviño García, Ricardo, Epítome de los Contratos, editorial Mc Graw Hill, México, 1994, pág. 7.

La dogmática jurídica considera esta "relación" como la relación jurídica típica: es la relación que se genera por la existencia de una obligación; es en suma, la relación de obligación. En esta relación jurídica existe un sujeto activo (el titular de un derecho, el acreedor), y un sujeto pasivo (el obligado, el deudor).

Existe un uso menos técnico de la expresión relación jurídica. Los juristas la usan para calificar relaciones que consideran específicamente jurídicas, tales como la copropiedad, la correalidad, etc., o las relaciones surgidas de actos o negocios jurídicos (particularmente contratos). El uso de la expresión, en este sentido es, también, casi exclusivo de la dogmática civil."¹⁵

De lo anterior podemos afirmar que la relación contractual, es la relación jurídica que deriva de actos o negocios jurídicos, en específico de los contratos, por lo que pasaremos a definir lo que es un contrato.

DEFINICION DE CONTRATO.

El contrato se define como un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones.

Los elementos de la definición de contrato son los siguientes:

¹⁵ Diccionario Jurídico Mexicano. séptima edición, editorial Porrúa, S.A. México. 1994 pág. 2773.

A) Acuerdo de voluntades.

El acuerdo de voluntades es el pacto celebrado entre dos o más personas, con el objeto de crear entre ellas un vínculo.

B) Crear o transmitir derechos y obligaciones.

El vínculo a que da origen el acuerdo de voluntades, es la creación o transmisión de derechos y obligaciones para las personas que intervienen en el contrato.

La creación de obligaciones consiste en dar nacimiento a obligaciones que eran inexistentes, como por ejemplo en los contratos de prestación de servicios.

La transmisión de derechos consiste en trasladar derechos de una persona a otra, como por ejemplo en el contrato de arrendamiento.

EL CONTRATO ES UNA ESPECIE DEL CONVENIO.

El contrato es una especie dentro del género de convenios.

En tanto que el contrato es un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones, el convenio es un acuerdo de

voluntades para crear, transmitir, modificar o extinguir obligaciones y derechos.

Lo anterior se corrobora en el Código Civil vigente para el Distrito Federal:

"Artículo 1792.- Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones.

Artículo 1793.- Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos.¹⁶

FUNCIONES DEL CONTRATO

El contrato tiene solamente funciones positivas, a diferencia del convenio que tiene funciones positivas y negativas.

Las funciones positivas del contrato consisten en crear o transmitir obligaciones y derechos.

El convenio reúne dos funciones negativas, además de las funciones positivas del contrato.

¹⁶ Código Civil para el Distrito Federal Comentado. Instituto de Investigaciones Jurídicas segunda reimpresión Miguel Angel Porrúa Editor, México, 1990, pág. 2.

Las funciones negativas del convenio consisten en modificar o extinguir obligaciones y derechos.

DERECHOS QUE SE CREAN O SE TRANSMITEN A TRAVÉS DEL CONTRATO.

Son dos los derechos que pueden crearse o transmitirse a través del contrato: Derechos reales y derechos personales.

Los derechos reales son aquellos cuyos títulos se pueden ejercer, hacer valer, frente a cualquier persona, respecto de una cosa.

Los derechos reales imponen a todos los demás la obligación de no estorbar el uso, goce o disfrute de una cosa por parte de su titular, ejemplos: usufructo, habitación, servidumbres, etc.

Derecho personal es el que una persona tiene para exigir a otra determinada, una prestación, un hecho o una abstención. Es una relación entre dos personas, ejemplo: depósito, comodato, arrendamiento, etc.

En los derechos y obligaciones que engendran el contrato, pueden haber derechos reales y personales simultáneamente, por ejemplo el contrato de compra-venta, en virtud del cual, el vendedor transfiere al comprador la propiedad de la cosa (da nacimiento aún derecho real);

pero también se originan derechos personales, porque los contratantes contraen obligaciones de dar, hacer y de no hacer, consistentes en entregar la cosa, pagar el precio, no modificar la cosa, etc.

Los derechos patrimoniales son aquellos en que intervienen el patrimonio de los contratantes.

OBLIGACIONES CIVILES Y MERCANTILES.

Como quedó señalado, los contratos originan obligaciones. Las obligaciones pueden ser civiles o mercantiles, mismas que a continuación se definen:

Obligación civil es el deber jurídico de realizar u omitir determinado acto, que se rige por el Derecho Civil.

Obligación mercantil es el deber jurídico de realizar u omitir determinado acto cuando constituye un acto de comercio.

Las obligaciones civiles y mercantiles se distinguen porque las primeras tienen un carácter estático, de tranquilidad, en cambio las obligaciones mercantiles implican movimiento de la riqueza patrimonial y son de carácter oneroso, como veremos más adelante.

No existe un sistema de derecho de las obligaciones mercantiles, diverso al sistema de obligaciones civiles, por ello las normas mercantiles modifican, complementan o cambian en parte las normas del derecho civil que regula las obligaciones, por tanto estas últimas normas también se aplican en materia mercantil.

Al respecto el artículo 2º. Del Código de Comercio establece lo siguiente:

“Artículo 2º. A falta de disposiciones de este código, serán aplicables a los actos de comercio las de derecho común”.¹⁷

LA ONEROSIDAD EN LOS CONTRATOS MERCANTILES.

La actividad mercantil es determinada como actividad económica que se ejercita profesionalmente, es decir que la persona que desarrolla esta actividad, lo hace con el fin de obtener una ganancia.

Por ello la regla en las relaciones jurídico-mercantiles, es que todo acto que tienda a realizarse con fines onerosos, al respecto debemos mencionar que en la Ley Federal de Protección al Consumidor al regular contratos mercantiles, dispone en su artículo 2º que proveedor es “la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye,

¹⁷ Código de Comercio. Legislación Mercantil y Leyes Conexas, décima quinta edición. ediciones Andrade, S.A. de C.V. México. pág.

vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios".¹⁸

Esta definición permite concluir que el propósito de la Ley Federal de Protección al Consumidor es evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses de los consumidores. Si proveedor es la persona física o moral que habitual o periódicamente celebra contratos, puede inferirse que tal actividad la desarrolla con el fin de obtener una ganancia, y a su vez el consumidor paga un precio para adquirir un bien o servicio, por lo que existe una presunción de onerosidad de tal actividad.

Para dejar precisada la relación jurídica en las relaciones de consumo entre el proveedor y el consumidor, citaremos una tesis jurisprudencial.

"Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo tercero. Este ordenamiento jurídico tiene como fin básico la regularización de las relaciones entre proveedores y consumidores, tendientes a evitar prácticas mercantiles lesivas en perjuicio de éstos. (Relación contractual entre la empresa concesionaria de transporte y el consumidor)

¹⁸ Ovalle Fabela, José. .Op. cit. Pág. 12

La Ley Federal de Protección al Consumidor fundamentalmente contiene reglas encaminadas a equilibrar las relaciones entre los consumidores y los proveedores, dotando a aquéllos de los instrumentos jurídicos necesarios para denunciar, ante un órgano perfectamente determinado, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor, las transgresiones a los preceptos que protegen su consumo, adquisición de bienes o utilización de servicios públicos o privados. Esta autoridad está dotada de facultades determinadas para intervenir en esas relaciones y resolver lo conducente, que es precisamente la función de la Procuraduría Federal del Consumidor, en los términos del artículo 57 de la ley que rige, sin que sea correcto el que entre el proveedor del servicio público de transporte aéreo y el consumidor existan relaciones administrativas por virtud de la concesión, ya que la relación jurídica entre la concesionaria y el usuario es contractual, puesto que aun cuando las partes no convengan o negocien entre sí y libremente las condiciones de la prestación del servicio, basta el acuerdo de dos o más personas para producir o transferir obligaciones y derechos, como elemento suficiente a los efectos de considerar un contrato según lo dispone el artículo 1793 del Código Civil para el Distrito Federal (Contratos Mercantiles, Arturo Díaz Bravo, Harla, S.A. de C.V., página 13). A este tipo de relaciones jurídicas se les denomina precisamente "Contratos de adhesión", y son definidos como aquellos cuyas cláusulas han sido redactadas por una autoridad o unilateralmente por una de las partes, sin que la contraparte, para aceptarlas pueda discutir su contenido y se sostiene su naturaleza contractual, partiendo de la

definición que ofrece el artículo 1793 del Código Civil para el Distrito Federal. Así pues, en todo contrato, si bien debe existir libertad en las partes, esta libertad sólo debe ser para celebrarlo, es decir, para producir o transferir derechos y obligaciones, o bien, para discutir su contenido o ambas cosas a la vez. De lo anterior se desprende que los principios fundamentales que rigen la libertad en el contrato son dos: 1. Libertad de contratar, que existe cuando se tiene la facultad de celebrar o no celebrar el contrato, así como para recoger a la persona con que se celebró; y 2. Libertad contractual, que se refiere a la facultad de las partes para convenir en cuanto a la forma y al contenido del contrato (Sánchez Meda Urquiza, José Ramón, De los contratos civiles, sexta edición, México, 1982, Editorial Porrúa, S.A.) y habrá contrato cuando existan dos principios o sólo uno. En este orden de ideas resulta irrelevante que por el hecho de que la autoridad administrativa concedente es la que establece las condiciones de la prestación del servicio público, "jamás hubo convención entre la concesionaria y el usuario, sino única y exclusivamente la aplicación de la tarifa", toda vez que, como ya se ha explicado, no es necesaria la discusión entre las partes, bastando únicamente para que exista contrato que cada uno de los contrayentes haya querido que nazcan derechos y obligaciones, que es el caso del contrato de transporte aéreo. En consecuencia, si la Procuraduría Federal del Consumidor tiene como finalidad la de evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses de los consumidores y si el usuario se quejó porque en su perjuicio se incrementó el precio del boleto al momento de iniciarse el vuelo, es indudable que el asunto en

cuestión sí está regulado por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. Amparo directo 1477/87. Compañía Mexicana de Aviación, S. A. de C. V., 7 de diciembre de 1987, Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: María Guadalupe Saucedo Zavala.¹⁹

(Semana Judicial de la Federación, Octava Epoca, t. I, enero-junio de 1988, 2ª. Parte- 2, p. 794.

2.3 CONCEPTOS DE CONTRATOS DE ADHESIÓN

“La palabra adhesión proviene del latín adhesio y adhaesus, derivado del verbo adhaerere, estar pegado estrechamente y se emplea para calificar ciertos contratos que se les denomina contratos de adhesión.

En los contratos de adhesión se considera que de antemano ya están establecidas las cláusulas esenciales, sin que la contraparte tenga la oportunidad de discutir su contenido”.²⁰

¹⁹ Ibidem, pág.

²⁰ Diccionario Jurídico Mexicano, Op. Cit. pág. 702

“La expresión 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 el contrato en el que hay un predominio exclusivo de una sola parte, la cual obra como una voluntad unilateral que dicta su Ley a una colectividad indeterminada y espera la adhesión de quienes acepten someterse al contrato (cfr. Vallespinos, Carlos Gustavo, *El contrato por adhesión a condiciones generales*, Buenos Aires, Editorial Universidad, 1984).

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 (el consumidor) no tiene más opción que la de adherirse al contrato o no celebrarlo. Ésta es la razón por la que a los contratos de adhesión también se les denomina de contenido predispuesto. Y ésta es la razón también por la que la naturaleza jurídica de estos actos ha sido muy discutida, pues algunos autores consideran que en los mismo no existe libertad contractual, por lo que niegan que tengan el carácter de verdaderos contratos.

Si bien es cierto que en esta clase de contratos el acuerdo de voluntades se obtiene mediante el contrato elaborado unilateralmente por el proveedor y aceptado por el consumidor, sin que se otorgue a este último la posibilidad de discutir las cláusulas del contrato, no se debe desconocer que ambas voluntades concurren o, al menos, deben

concurrir libremente. Es decir, hay libertad para contratar o no, aunque no la haya para discutir los términos del contrato.

Se debe reconocer, sin embargo, que hay ciertos casos extremos en que la libertad para contratar resulte cuestionable ante la necesidad de contar con ciertos servicios o bienes respecto de los cuales sólo existe un solo proveedor, tal como ocurre con el suministro de energía eléctrica, el servicio telefónico, etcétera. En estos casos extremos, la figura del contrato (aún de adhesión) no parece ser la adecuada para identificar y explicar estos actos jurídicos.

Pero en los demás casos, precisamente por el hecho de que los contratos de adhesión son meditados y elaborados unilateralmente por el proveedor, en los mismos se requiere que la Ley imponga condiciones imperativas con la finalidad de evitar cláusulas abusivas, inequitativas o desproporcionadas en perjuicio de los consumidores.

Escribía el profesor Philippe Malinvaud que el objetivo de la protección acordada por la Ley a los consumidores "no es hacer triunfar los intereses de una categoría social sobre los de otra, sino restablecer la igualdad en las relaciones contractuales cuando es amenazada en detrimento de los consumidores" ("La protección al consumidor en el

derecho francés”, La protección al consumidor, México, UNAM/Editorial Nueva Imagen, 1981, P. 350).”²¹

2.4 DEFINICION DE CONTRATO DE ADHESION EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

De conformidad con el artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, define al contrato de adhesión de la siguiente manera:

“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”.²²

“En el párrafo segundo del artículo 63 de la Ley anterior se definía a los contratos de adhesión como: **“aquellos cuyas cláusulas fueron redactadas unilateralmente por el proveedor y la contraparte no tuvo oportunidad de discutirlos, así como los demás documentos**

²¹ Ibidem, pág. 161 y 162.

²² Ibidem, pág. 161 y 162.

elaborados por los proveedores para uso en sus transacciones mercantiles y que rijan la prestación del servicio o la operación, aun cuando no contengan todas las cláusulas normales de un contrato”.²³

En esta definición quedaban comprendidos, por una parte, los contratos de adhesión, que tenían las cláusulas preparadas por el proveedor, y además todos los demás documentos elaborados por el proveedor para regir la prestación del servicio o la operación, aún cuando no revistieran la forma contractual.

En la definición que contiene el artículo 85 de la Ley vigente se identifica el contrato de adhesión con el documento, lo cual no es exacto, pues el contrato, en sentido estricto, no es un documento sino un acuerdo de voluntades, el cual puede o no exteriorizarse a través de un documento. También se señala que el contrato de adhesión se establece en “formatos uniformes”, lo cual tampoco parece corresponder a la naturaleza esencial del contrato de adhesión, pues lo que lo caracteriza, como quedó señalado, es que es redactado o preparado unilateralmente por el proveedor, independientemente de que para ello utilice o no formatos.

²³ Ley Federal de Protección al Consumidor, Legislación Mercantil y leyes conexas. décima quinta edición. ediciones Andrade, S.A. de C.V., México, 1989, pág. 1278.

El uso de formatos es una razón fundada para considerar que se trata de un contrato de adhesión, pero también pueden existir éstos sino que se tenga que recurrir a formatos, sobre todo ahora que se halla difundido el empleo de procesadores de textos.

Asimismo, en la definición del artículo 85 no se conservó la distinción que contenía el artículo 63 de la Ley anterior, entre lo que es el contrato en sentido estricto y lo que son los demás documentos que regulan la prestación del servicio o su operación. Ambos elementos quedaron mezclados en el texto del artículo 85.

La última parte del artículo 85 recoge dos requisitos de validez que el artículo 64 de la Ley anterior también señalaba: que el contrato esté escrito en idioma español y que sus caracteres sean legibles a simple vista.

Una vez asentada la definición de contrato de adhesión, citaremos algunas tesis jurisprudenciales que reforzarán los conceptos mencionados:

“1.- Arrendamiento, contrato de. No puede considerarse como adhesión por estar impreso en un formato de machote.

Resulta irrelevante que un contrato de arrendamiento, elaborado en un formato de machote, coincida con la terminología establecida en

los artículos 63 y 64 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, si de la lectura y contenido del mismo se advierte que los contratantes consintieron con sus respectivas firmas, cuál sería el objeto materia del arrendamiento, el lugar en donde se consumaría esa relación, el término por el que ambas partes se obligaban, el destino que se daría al bien arrendado, y el precio que se pagaría por su alquiler, estas particularidades ponen de manifiesto que en dicho contrato existe un verdadero acuerdo de voluntades; a mayor abundamiento, si el mismo ha sido elaborado en idioma español con caracteres visibles a la vista para una persona de visión normal, es incuestionable que por todas estas características de manera alguna dicho contrato de arrendamiento celebrado en un formato de machote, pueda denominarse como un contrato de adhesión, el cual tiene como elemento fundamental, que se haya elaborado, en cuanto a sus cláusulas, exclusivamente por el proveedor, o se haya redactado unilateralmente por este último, contrato el cual, para su eficacia, necesita estar sancionado por la Procuraduría Federal del Consumidor, e inscrito en el Registro Público de Contratos de Adhesión que lleva la propia Procuraduría, por consiguiente y de acuerdo con todo lo anterior para el órgano jurisdiccional, no existe obstáculo alguno para decidir judicialmente, en su caso, sobre los efectos y consecuencias jurídicas de la relación de arrendamiento plenamente consentida en un contrato elaborado en un formato de machote.

Tercer Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito.

Amparo directo 1258/90. Elena Sánchez de Juárez. 3 de mayo de 1990. Unanimidad de votos. Ponente. Manuel Ernesto Saloma Vera. Secretario: Vicente C. Banderas Trigos.

Amparo directo 3063/90. Cielo Salgado Pérez. 30 de agosto de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: José Rojas Aja. Secretario: Francisco Sánchez Planells.

(Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, t. VII, enero de 1991, pp. 129-130)

2.- 3ª. LVI/92. No afecta la validez del contrato relativo la elaboración unilateral de su clausulado por una de las partes.

El contrato llamado de adhesión supone que de acuerdo con la doctrina que una de las partes fija las condiciones a que debe sujetarse la otra en caso de aceptarlo, por ello dicha circunstancia no afecta su validez, ya que no implica la ausencia de la alternativa para aceptarlo o rechazarlo en forma total o parcial por parte de quien no interviene en su elaboración por lo que no puede decirse que la voluntad expresada por éste se encuentre viciada.

Amparo en revisión 944/91. Martha Villanueva Villegas. 6 de julio de 1992. Mayoría de tres votos contra el del ministro Ignacio M. Cal y Mayor Gutiérrez. Ausente: Miguel Montes García. Ponente: José Trinidad Lanz Cárdenas. Secretario: Arturo García Torres.

(Semanao Judicial de la Federación, Octava Época. T. X, agosto de 1992)".²⁴

Es conveniente señalar en este punto de la investigación que hay un precepto en la Ley Federal de Protección al Consumidor que trata de contratos de adhesión particularmente los relacionados con inmuebles, el cual transcribimos y comentaremos enseguida:

Artículo 75 “ En los contratos de adhesión relacionados con inmuebles se estipulará la información requerida en el capítulo VII, fecha de entrega especificaciones, plazos y demás elementos que individualicen el bien. Los proveedores no podrán recibir pago alguno hasta que conste por escrito a relación contractual, excepto el relativo a gastos de investigación”.

²⁴ Ovalle Fabela, José. Op. Cit. págs. 162-165.

Este artículo no tiene antecedente en la ley de 1975. Se refiere a los contratos por adhesión relacionados con inmuebles; es decir 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 solo tiene la opción de aceptarlos íntegramente (adherirse) o no aceptarlos.

Para este tipo de contratos el precepto en comentario prevé que se debe proporcionar al consumidor la información relativa a las operaciones a crédito; y que en los contratos se debe estipular la fecha de entrega, las especificaciones, los plazos y demás elementos que individualicen el bien. Asimismo, se prevé que en esta clase de contratos los proveedores no podrán recibir pago alguno hasta que se celebre el contrato por escrito, salvo los gastos de investigación esta última regla consideramos que tiene por objeto evitar que el consumidor pague anticipos por un contrato que todavía no celebra y, por lo tanto sin que el proveedor haya asumido ninguna obligación. Es una regla que impone el principio de la buena fe y equidad, pues no sería justo ni leal que solo el consumidor hiciese un desembolso, cuando el proveedor ni siquiera ha suscrito el contrato y, por lo mismo, no ha asumido obligación alguna

2. 5. CONCEPTO DE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

De conformidad con la fracción II del artículo 2º. de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente conceptúa al proveedor como:

“La persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios”.

“Dicha definición recoge, con algunas modificaciones, la contenida en el artículo 2º. de la Ley abrogada. En lugar de enumerar a los comerciantes, industriales y prestadores de servicios, la Ley vigente define con mayor propiedad al proveedor como la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda, o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios.

Conviene recordar que en el texto original de la Ley de 1975 se definía como comerciantes “a quienes hagan del comercio su ocupación habitual o realicen aunque fuere accidentalmente un acto de comercio y su objeto sea la compraventa o arrendamiento de bienes muebles o la prestación de servicios”. Si bien es cierto que esta definición en su tiempo fue criticada por la doctrina, también lo es que permitió a la Procuraduría conocer y resolver quejas relacionadas con actos de comercio, compraventas, arrendamiento de bienes muebles o prestación de servicios de personas que, no obstante no ser comerciantes en el sentido tradicional de la palabra, llevaban a cabo, así fuera

accidentalmente, tales actos de comercio. La referencia a los actos accidentales de comercio fue suprimida por la reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación del 7 de febrero de 1985. La definición contenida en la fracción II del artículo 2º. de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente, no hace ninguna referencia al concepto de comerciante.

El artículo en comento en su fracción I define al consumidor como: **“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”

La definición contenida en dicha fracción se refiere sólo al consumidor final. Para mayor claridad la propia fracción I advierte que no es consumidor, para los efectos de la Ley, el consumidor intermedio. En el artículo 3º. de la Ley anterior se daba una definición más amplia de consumidor, que comprendía tanto al consumidor final cuanto al intermedio, tal y como se puede apreciar de la transcripción del citado precepto, el cual señala: **“Por consumidor se entiende a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios”**.

Para mejor comprensión de las definiciones antes precisadas, me permito citar algunas tesis jurisprudenciales:

1. Procuraduría Federal del Consumidor. Carece de facultades frente a una asociación civil

Una interpretación sistemática de la Ley Federal de Protección al Consumidor, conduce a establecer que su finalidad es evitar prácticas mercantiles que lesionan los intereses de los consumidores; situación que no se presenta entre los miembros de una asociación civil y la asociación; pues ésta no persigue fines de lucro, ni presta servicios a terceros, por lo que no se da el supuesto de un conflicto entre proveedor y consumidor, para que pueda intervenir legalmente la Procuraduría Federal del Consumidor.

Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito.

Amparo en revisión 558/79. Parque Arturo Mundet, A.C., 19 de julio de 1979. Ponente: Manuel Castro Reyes.

(Semana Judicial de la Federación, Séptima Época, vol. 127-132, 6ª. Parte, julio-diciembre, pp. 123-124)

2. Procuraduría Federal del Consumidor. Es incompetente cuando el vendedor no desarrolla actividades de producción o comercialización de bienes, o prestación de servicios a consumidores.

La interpretación del artículo 2º. De la Ley Federal de Protección al Consumidor conduce a establecer que dicho ordenamiento es inaplicable en materia de compraventa de bien mueble, cuando el vendedor no desarrolla actividades de producción, distribución o comercialización de bienes, o prestación de servicios a consumidores, pues en esas condiciones, cuando alguna de las partes está inconforme con los términos o consecuencias del contrato que hayan celebrado, podrá acudir ante la autoridad judicial para demandar lo que a sus intereses convenga, pero no quejarse ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ya que ésta es incompetente cuando no se da el supuesto de una controversia entre proveedores y consumidores, supuesto que la finalidad esencial de la Ley que rige a dicha institución es evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses de público consumidor.

Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito.

Amparo en revisión 58-82. Raúl Ortega Mendoza. 3 de marzo de 1983. Unanimidad de votos. Ponente: Juan Gómez Díaz.

Seminario Judicial de la Federación, Séptima Época, vols. 169 al 174, enero junio de 1983, 6ª. Parte, p. 147)

3. Protección al consumidor, inaplicabilidad de la Ley Federal de, cuando ocasionalmente se celebra el contrato de compraventa.

La Ley Federal de Protección al Consumidor sólo es aplicable respecto de contratos de compraventa de muebles en los que el vendedor haya sido una persona física o moral cuya ocupación ordinaria sea la realización de operaciones de compraventa sobre muebles. Por tanto, dicha Ley es inaplicable cuando dos personas físicas celebran ocasionalmente un contrato de compraventa que tenga por objeto bienes muebles, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo de su artículo 3º. Interpretado a contrario sensu.

Quinto Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito.

Amparo directo 40/90 Arturo y Alicia Figueroa Morales, 31 de mayo de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: Efraín Ochoa Ochoa. Secretario: Eduardo Francisco Núñez Gaytán. Octava Época.

Amparo directo 2875/88. Luciano Valencia Calzadilla. 6 de octubre de 1988. Unanimidad de votos. Ponente: Efraín Ochoa Ochoa. Secretario: Eduardo Francisco Núñez Gaytán. Octava Época.

(Seminario Judicial de la Federación, Octava Época, t. II, julio.diciembre de 1988, 2ª. Parte, pp. 416-417)

4.- Consumidor. Únicamente tiene ese carácter la persona que adquiere un bien o servicio para su uso (incompetencia de la Procuraduría Federal del Consumidor)

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 3º. De la Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene la calidad de consumidor "quien contrata para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios", de tal manera que una persona física o moral que realiza la compra de bienes o servicios para obtener algún provecho pecuniario por medio del comercio, y no para su uso, no puede ser considerada como consumidor, ya que su intervención tiene lugar en una fase de procedimiento económico cuyo objetivo final es hacer llegar los bienes o servicios a quienes están destinados. Por tanto, la Procuraduría Federal del Consumidor carece de competencia para resolver una controversia que no le fue planteada por un consumidor sino, en realidad, por un comerciante.

Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito.

Amparo en revisión 2552/89. Casa Autreyrn S, A, 24 de enero de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretario: Cuauhtémoc Carlock Sánchez.

(Seminario Judicial de la Federación, Octava Época, t. V, enero-junio de 1990, 2ª. Parte, p. 147)

5. Ley Federal de Protección al Consumidor. Sólo es aplicable a las relaciones entre los proveedores y consumidores.

Los actos jurídicos celebrados entre comerciantes, industriales o de unos con otros, en los cuales no se dé una relación de proveedores a consumidores, no se encuentran regulados por la Ley Federal de Protección al Consumidor, pues de conformidad con la exposición de motivos de ésta, tal ordenamiento recoge preceptos dispersos en la legislación civil y mercantil; buscando moderar los principios de igualdad entre las partes, de libertad de contratación y de autonomía en la voluntad, le dio coherencia y unidad en un sólo ordenamiento recoge preceptos dispersos en la legislación civil y mercantil; buscando moderar los principios de igualdad entre las partes, de libertad de contratación y de autonomía en la voluntad, le dio coherencia y unidad en un sólo

ordenamiento y los elevó a la categoría de normas de derecho social, con el propósito fundamental de igualar a quienes en la vida económica resultan desiguales, como lo son, por una parte, el proveedor y, por la otra, el consumidor, tutelando los intereses de éste, al considerarlo como parte débil frente al proveedor. En tal virtud, dicho ordenamiento crea un régimen jurídico singular y contiene disposiciones que constituyen excepciones a las reglas generales establecidas en la legislación civil y mercantil, de suerte que debe ser interpretado restrictivamente, por lo que no puede ser aplicado a caso alguno que no esté expresamente especificado en el mismo, como lo dispone el artículo II del Código Civil para el Distrito Federal. En consecuencia, como la Ley Federal de Protección al Consumidor es proteccionista de los intereses del consumidor, sólo es aplicable a las relaciones jurídicas en las que intervengan tanto un proveedor como un consumidor y; por tanto, no quedan sujetos a ella los actos en los que las partes carezcan de tales cualidades, entendiéndose por proveedor, a los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, los organismos descentralizados, los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución de bienes y prestación de servicio a consumidores; y por consumidor, a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios, de acuerdo con las definiciones contenidas en los artículos 2º. y 3º. de dicha Ley.

Amparo directo 5518/91. Juan Antonio Díaz Baños. 24 de octubre de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Gilda Rincón Orta. Secretario: Alejandro Villagómez Gordillo. Octava Época.

Amparo directo 3994/88. Margarita Cueva Zambrano. 2 de marzo de 1989. Unanimidad de votos. Ponente: Mauro Miguel Reyes Zapata. Secretario: Refugio Ortega Marín. Octava Época.

Amparo directo 1329/89. Mercedes Ruiz de Rodríguez. 31 de enero de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Carlos Villegas Vázquez. Secretario: Samuel René Guzmán. Octava Época.

Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito.

(Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, t. VIII, diciembre de 1991. P. 241)²⁵

²⁵ Idem, págs. 12- 16.

**CAPITULO 3.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS Y LA
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN MATERIA DE
CONTRATOS DE ADHESIÓN.**

3.1.- Competencia de la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial en los artículos 3º y 19 fracción VII de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

3.2.- Atribución específica de la Procuraduría Federal del Consumidor en cuanto a revisión y registro de los modelos de contratos de adhesión.

CAPITULO 3.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS Y LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN MATERIA DE CONTRATOS DE ADHESION

3.1 COMPETENCIA DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL EN LOS ARTÍCULOS 3º Y 19 FRACCIÓN VII DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

ARTÍCULO 3º. A falta de competencia específica de determinada dependencia de la administración pública federal, corresponde a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial expedir las normas oficiales mexicanas previstas por la ley y a la Procuraduría vigilar se cumpla con lo dispuesto en la propia ley y sancionar su incumplimiento.

Este precepto legal distribuye con precisión la competencia para la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, atribuyéndole a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial la expedición de las normas oficiales mexicanas previstas en la misma y a la Procuraduría Federal del Consumidor vigilar se cumpla con lo dispuesto en dicha Ley y sancionar su incumplimiento.

Conviene agregar que, por lo que se refiere a la imposición de sanciones, la Ley atribuye competencia para ello sólo a la Procuraduría Federal del Consumidor, superando la doble competencia que la Ley anterior otorgaba a la Procuraduría y a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (artículo 87, párrafo segundo).

De conformidad con la distribución de competencias prevista en el precepto legal citado el artículo 19 de la Ley Federal de Protección al Consumidor enuncia los principales contenidos de las normas oficiales mexicanas que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial está facultada para expedir, y el cual dispone lo siguiente:

ARTICULO 19. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial estará facultada para expedir normas oficiales mexicanas respecto de:

- I. Productos que deban expresar los elementos, substancias o ingredientes de que estén elaborados o integrados así como sus propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso o masa drenados, y demás datos relevantes en los envases, empaques, envolturas, etiquetas o publicidad, que incluyan los términos y condiciones de los instructivos y advertencias para su uso ordinario y conservación;

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

- II. La tolerancia admitida en lo referente a peso y contenido de los productos ofrecidos en los envases o empaques, así como lo relativo a distribución y manejo de gas L.P.
- III. La forma y términos en que deberá incorporarse la información obligatoria correspondiente en los productos a que se refieren las fracciones anteriores;
- IV. 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 la presente atribución;**
- V. Los requisitos que deberán cumplir los sistemas y prácticas de comercialización de bienes;**
- VI. Los productos que deberán observar requisitos especiales para ostentar el precio de venta al público de los productos, cualesquiera que éstos sean, en sus envases, empaques o envolturas o mediante letreros colocados en el lugar donde se encuentren para su expendio, donde se anuncien u ofrezcan al público, así como la forma en que deberán ostentarse;

VII. Los términos y condiciones a que deberán ajustarse los modelos de contratos de adhesión que requieran de inscripción en los términos de esta ley;

VIII. Características de productos, procesos, métodos, sistemas o prácticas industriales, comerciales, o de servicios que requieran ser normalizados de conformidad con otras disposiciones; y

IX. Los demás que establezca esta ley y otros ordenamientos.

En la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización se definen a las normas oficiales mexicanas como aquellas que expidan las dependencias competentes, de carácter obligatorio, con sujeción a las disposiciones de esa Ley y cuyas finalidades se establecen en el artículo 40 de la misma (artículo 3º, fracción X). Entre las finalidades que se establecen en el artículo 40, podemos destacar las previstas en las fracciones XII y XVIII. La primera señala como finalidad la "determinación de la información comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene y requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalaje y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario".

La fracción XVIII se refiere a otras finalidades" en que se requiera normalizar productos, métodos, procesos, sistemas o prácticas

industriales, comerciales o de servicios, de conformidad con otras disposiciones legales, siempre que se observe lo dispuesto por los artículos 45 a 47. El artículo 41 señala los requisitos del contenido que deben cumplir las normas oficiales mexicanas. Y en los artículos 43 a 51 se prevén los procedimientos de elaboración y modificación de las normas oficiales mexicanas.

En resumen. Las normas oficiales mexicanas que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial puede expedir, conforme al artículo 19 de la Ley, se refieren a los siguientes temas: 1) ingredientes, propiedades y demás características de los productos (fracciones I, II y III); 2) información sobre garantías de los productos y servicios (fracción IV); 3) sistemas y prácticas de comercialización de bienes (fracción V); 4) productos que deben ostentar el precio de venta al público (fracción VI); 5) modelos de contratos de adhesión de inscripción obligatoria (fracción VII); y 6) características de productos, procesos, métodos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios que requieran ser normalizados de conformidad con otras disposiciones (fracción VIII).

3.2 ATRIBUCIÓN ESPECÍFICA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A REVISIÓN Y REGISTRO DE LOS MODELOS DE CONTRATOS DE ADHESIÓN.

La Ley Federal de Protección al Consumidor vigente considera, y tal vez con mayor importancia respecto a la Ley anterior, la acción preventiva de revisión y registro de modelos de contratos de adhesión.

La exposición de motivos de la Ley actual destaca el carácter preventivo de dichas acciones y fija el objeto de las mismas para lograr una relación de consumo más equitativa entre proveedores y consumidores, las cuales se cristalizan en el artículo 1° de la Ley en cita, que a continuación citaremos, haciendo los comentarios correspondientes en los puntos relevantes para esta parte de la investigación:

ARTICULO 1°. La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario. El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Son principios básicos en las relaciones de consumo:

- I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligros o nocivos;**
- II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger la equidad en las contrataciones;**
- III. 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;
- IV. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;
 - V. El 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;
 - VI. El otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos; y
 - VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

CARÁCTER IRRENUNCIABLE DE SUS DISPOSICIONES

“Al igual que lo hacía la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1975, la Ley vigente establece el carácter irrenunciable de sus disposiciones. Esta característica es común en las diversas leyes de protección al consumidor que existen en otros países, pues, como ocurre en la legislación laboral, se parte de la premisa de que los derechos establecidos en la Ley son los derechos mínimos de los consumidores.

Por esta razón, el artículo 90, fracción VI, de la Ley en cita prescribe que no serán válidas y se tendrán por no puestas en los contratos de adhesión, las cláusulas que "obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta Ley". Cabe advertir, sin embargo, que en algunos preceptos de la Ley se permite la renuncia a determinados derechos, mediante el consentimiento expreso del consumidor; en esta situación se encuentran los artículos 15, 42 y 66, fracción IV de la mencionada ley.

OBJETIVOS DE LA LEY

Los objetivos señalados en el párrafo segundo deben orientar la interpretación y la aplicación de la Ley. La Ley misma, al igual que la anterior, debe ser un instrumento para proteger los derechos del consumidor, como lo ha sido y deberá seguir siendo también la Procuraduría Federal del Consumidor, a la que el artículo 20 encarga "Promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores". La Ley también procura la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. El concepto de equidad siempre ha estado presente en el derecho. Celso definía al derecho como el arte de lo que es bueno y equitativo (*jus est ars boni et*

oequi). Con anterioridad, Aristóteles había establecido la relación que guardan la equidad con la justicia y lo equitativo con lo justo. Para Aristóteles lo equitativo, siendo mejor que cierta justicia, es justo; y es mejor lo justo no porque sea de otro género, ya que lo justo y lo equitativo son lo mismo; "y siendo ambos buenos, es, con todo, superior lo equitativo" (Aristóteles, *Ética Nicomaquea*, versión, prólogo y notas de Antonio Gómez Robledo, México, UNAM, 192, pp. 129-130) Para el filósofo de Estagira, lo que produce la dificultad para distinguir entre lo equitativo y lo justo reside en lo equitativo es en verdad justo, pero no según la Ley, sino que es un enderezamiento de lo justo legal. "La causa de esto está en que toda Ley es general, pero tocante a ciertos casos no es posible promulgar correctamente una disposición en general. En los casos, pues, en que por necesidad se ha de hablar en general, por más que no sea posible hacerlo correctamente, la ley toma en consideración lo que más ordinariamente acontece, sin desconocer por ello la posibilidad de error... En consecuencia, cuando la ley hablare en general y sucediere algo en una circunstancia fuera de lo general, se procederá rectamente corrigiendo la omisión en aquella parte en que el legislador faltó y erró por haber hablado en términos absolutos, porque si el legislador mismo estuviera ahí presente, así lo habría declarado, y de haberlo sabido así lo habría legislado. Por tanto, lo equitativo es justo, y aún es mejor que cierta especie de lo justo, no mejor que lo justo en absoluto, sino mejor que el error resultante de los términos absolutos empleados por la Ley, Y esta es la naturaleza de lo equitativo: ser una rectificación de la Ley en la parte en que ésta es deficiente por su

carácter general". En el pensamiento de Aristóteles la equidad viene a ser, como lo expresa García Máynez, un procedimiento de integración de la Ley, pues precisa o ajusta la Ley en la parte que ésta es deficiente por su carácter general (Eduardo García Máynez, *Filosofía del Derecho*, México, Porrúa, 1974, pp. 328 y 329). García Máynez sostiene que aunque Aristóteles refiera la equidad al caso de las deficiencias derivadas de la generalidad de la Ley, es necesario atender a las peculiaridades de cada negocio no sólo cuando existan esas deficiencias en las fuentes de creación jurídica, sino también cuando el órgano aplicador encuentre que la especie ha sido legalmente prevista. El filósofo mexicano expresa: "Atender a la naturaleza del caso singular, y resolverlo equitativamente, es para nosotros lo mismo; tratándose de la tarea individualizadora, su función consiste en adaptar la regla genérica al hecho que el supuesto jurídico define". En consecuencia, García Máynez entiende el concepto aristotélico de equidad como justicia del caso concreto, y precisa que dicho concepto está referido a la exigencia normativa de "que tanto los órganos creadores como los aplicadores de normas jurídicas deben tomar en cuenta, al cumplir sus respectivas tareas, las peculiaridades esenciales de los asuntos que pretenden regular o resolver". En términos muy similares, Recaséns Siches estima que la función de la equidad no es propiamente la de "corregir la Ley" a determinados casos particulares, sino la de interpretar y aplicar en forma razonable y justa la Ley. Para el autor español, "se entiende ante todo y sobre todo por equidad aquel modo de dictar sentencias judiciales y resoluciones administrativas mediante el cual se

tome en cuenta las singulares características del caso particular, de suerte que en vista de éstas se interprete y aplique con justicia la ley, la cual está siempre redactada en términos abstractos y generales" (Voz "Equidad", en la Enciclopedia Jurídica Omeba, Buenos Aires, Driskill, 1989, t. X, p. 428). El propio Recaséns Siches señala que otra de las acepciones de la palabra equidad es equivalente a justicia: "En este sentido -escribe-, se entiende por equidad lo fundamentalmente justo, Al fin y al cabo la palabra equidad expresa una de las dimensiones de la idea de justicia, a saber el principio de igualdad o proporcionalidad. En tal sentido concluye, justicia y equidad resultan vocablos sinónimos". Estimamos que es en este sentido que la Ley señala como su objetivo el de procurar la equidad en las relaciones de consumo. En este Contexto, la equidad que se debe procurar consiste en el trato justo en las relaciones entre proveedor y consumidor. Siguiendo esta acepción, Karl Larenz señala que equidad "quiere decir un justo equilibrio, que sea justo para ambas partes, ya sea en la relación de las partes contratantes, ya sea entre el causante del daño y el dañado" (metodología de la ciencia del derecho, trad. De Marcelino Rodríguez Molinero, Barcelona, Ariel, 1980, p. 287). Al lado de la equidad, la Ley coloca a la seguridad jurídica. En términos generales, los filósofos del derecho distinguen dos aspectos del concepto de seguridad jurídica: desde el punto de vista subjetivo, la seguridad jurídica consiste en el conocimiento cierto, preciso, en la certeza que el sujeto tiene del ordenamiento jurídico y de que conforme a éste se pueden desarrollar determinadas relaciones jurídicas válidas; desde el punto de vista

objetivo, la seguridad jurídica se deriva de la existencia de un ordenamiento jurídico vigente, justo y eficaz, que cuente con instituciones adecuadas para otorgar protección jurídica de manera imparcial y eficiente (García Máynez, op. Cit., pp. 477-481). Como se puede advertir el valor o la finalidad de la seguridad jurídica no se opone al valor de la justicia, por el contrario, la presupone. Flavio López de Oñate, el gran clásico del concepto de la certeza del derecho, escribió: "La exigencia de la justicia tiene como fundamento la igualdad; con claridad se ha dicho que la igualdad es el contenido específico de la idea de justicia. A través de la igualdad, y sólo por su mediación, la conciencia común puede arribar a la certeza y al reconocimiento del valor de la legalidad" (La certezza del diritto Milán, giuffree, 1968, p. 157) Para el jurista italiano, la certeza del derecho es la certeza de la acción, porque es la garantía de la acción. La norma debe ser preordenada, fijada, constantemente válida, precisamente porque en ella se realiza su específica eticidad, en la cual la moralidad de la acción, como moralidad del sujeto, debe realizarse; "La pretendida antinomia entre legalidad y equidad encuentra aquí finalmente su solución; justamente por la naturaleza del derecho teóricamente identifica, la justicia no puede realizarse sino con y en la norma rígida y abstracta, que debe ser cierta. En esta abstracción reside la precisa concreción de la experiencia jurídica, y sólo a través de esta certeza es posible que se realice la justicia. En la certeza consiste, por tanto, la específica eticidad del derecho". Por último, López de Oñate concluye que "la exigencia de la certeza de la acción es satisfecha mediante la presencia de la

legalidad en la equidad, de la igualdad en la diversidad, de la permanencia en la variación, que se actúan en la certeza del derecho; en esa certeza que, según la gran frase de Savigny, tan alta y tan potente en su sencillez, es la razón por la cual las leyes son tan benéficas".²⁶

PRINCIPIOS O DERECHOS BÁSICOS.

En sus siete fracciones, el artículo 1º. Enumera lo que denomina principios básicos en las relaciones de consumo.

Para la interpretación de estos principios básicos se debe tomar en cuenta que su contenido corresponde, en buena medida, a lo que la resolución 39/248, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 16 de abril de 1985, sobre Directrices para la Protección de los Consumidores, prevé como principios generales. El texto del artículo 3º. De la resolución citada dice lo siguiente:

"Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes;

- a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;

²⁶ Ovalle Fabela, José, Op. Cit. Págs. 2-5.

- b) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;
- c) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;
- d) La educación del consumidor;
- e) La posibilidad de compensación efectiva al consumidor;
- f) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten".

Con base en esta enunciación, la Resolución 39/248 establece las directrices que deben aplicar los Estados miembros para proteger la seguridad física de los consumidores (artículos 9 a 11); promover y proteger sus intereses económicos (artículos 13 a 23); expedir normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo (artículo 24 a 26); adoptar políticas sobre sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales (artículo 27); establecer o mantener medidas jurídicas o administrativas que permitan a los consumidores obtener compensación (artículos 28-30). y formular programas de educación e información (artículos 31-37). Cabe aclarar que, con anterioridad a la Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa emitió la Resolución 543/73, sobre una Carta de Protección de los

Consumidores. Posteriormente, el Programa preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de protección e información a los consumidores, aprobado por resolución del Consejo del 14 de abril de 1975, reconoció los siguientes derechos fundamentales del consumidor: el derecho a la protección de su salud y seguridad, el derecho a la protección de sus intereses económicos, el derechos a la reparación de los daños, el derecho a la información y educación y el derecho a la representación (cfr. Reyes López, Ma. José, Derecho del consumo, Valencia, España, De. Gral. de Derecho, 1993, pp. 28-32 ²⁷

Una vez que hemos mencionado los objetivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, podemos concluir que la facultad de la Procuraduría Federal del Consumidor para la revisión y registro de los contratos de adhesión no solamente la encontramos en los párrafos primero, segundo y fracción VII del artículo 1º antes comentado, sino también y en forma específica en el artículo 24, fracciones I y XV que disponen:

“ARTICULO 24.. La Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

- I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para proporcionar la equidad y**

²⁷ Ibidem, págs. 2-6.

seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

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”.

Como podemos observar la fracción I de este precepto se expresa, más que una atribución, lo que viene a ser la función esencial de la Procuraduría, prevista también en el artículo 20: “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”.

Por lo que hace a la fracción XV que contempla la atribución para registrar contratos de adhesión, esta puede ser ejercida por la Procuraduría en las siguientes hipótesis: 1) Cuando se pida la inscripción de contratos de adhesión que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante normas oficiales mexicanas, haya determinado de registro obligatorio (artículo 86) cuando se solicite voluntariamente la inscripción de contratos de adhesión que no sean de registro obligatorio (artículo 88). En ambos supuestos, la Procuraduría debe organizar y llevar a cabo el Registro Público de Contratos de Adhesión.

Antes de seguir adelante es conveniente señalar quienes están obligados al registro de contratos de adhesión y en general al cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para lo cual citaremos el precepto de dicha ley que lo contempla:

Artículo 6º. Estarán obligados al cumplimiento de esta ley los proveedores y los consumidores. Las entidades de las administraciones públicas federal, estatal y municipal, están obligadas en cuanto tengan el carácter de proveedores o consumidores.

Este artículo señala los dos sujetos principales a los que ésta destinada la aplicación de la Ley: los proveedores y los consumidores, a los que se define en el artículo 2º., fracciones i y ii. Al igual que lo hacía el artículo 2º. De la Ley anterior, el artículo 6º. Aclara que las entidades de las administraciones públicas federal, estatal y municipal también estarán obligadas al cumplimiento de la Ley en cuanto tengan el carácter de proveedores o consumidores. De acuerdo con lo anterior, las entidades públicas que en forma habitual o periódica se dediquen a distribuir, vender, arrendar o a ofrecer y prestar servicios, deben cumplir las disposiciones de la Ley y contra ellas pueden presentarse y tramitarse reclamaciones ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

En cuanto a los requisitos que deben reunir los modelos de contratos de adhesión, la Ley Federal de Protección al Consumidor,

establece dos reglas, una general prevista por el artículo 85 y reglas especiales contenidas en normas oficiales mexicanas, de conformidad con el artículo 86 del citado ordenamiento legal, mismas que en seguida se analizan:

A) REGLA GENERAL

De conformidad con el artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no existe requisitos específicos que deban contener los modelos de contratos de adhesión, puesto que dicho precepto legal establece que **“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 a la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no tenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato”**.

De la definición transcrita, se desprende que los proveedores tiene absoluta libertad para formular los modelos de contrato de adhesión y seguirán teniendo esa denominación, aún cuando no contengan todas las cláusulas ordinarias de un contrato

Las únicas condiciones que deberán cumplir los modelos de contratos de adhesión, son primeramente, la que establece el artículo 88 de la ley de la materia, consistente en que no se lesionen los intereses

de los consumidores; y en segundo lugar, que no contengan cláusulas que encuadren en alguna de las hipótesis que refiere el artículo 90 del mismo ordenamiento legal, las cuales se citan en seguida:

- A) El caso en el que el proveedor modifique unilateralmente el contenido del contrato, o se sustraiga de sus obligaciones en forma unilateral;
- B) Cuando el proveedor se libere de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;
- C) Si el proveedor traslada al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato su responsabilidad civil;
- D) Cuando estipulen términos de prescripción inferiores a los legales u ordenen el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y
- E) En los supuestos en los que se obligue al consumidor a renunciar a la tutela de la Ley Federal de Protección al Consumidor o en los que lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

B) REGLAS ESPECIALES.

Como excepciones a la regla general para redactar modelos de contratos de adhesión, el artículo 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que la **“Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante normas oficiales mexicanas, podrá sujetar**

contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor , cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento.”

Cada norma oficial mexicana que determine el registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, dispone los requisitos que deben contener los modelos de contratos de adhesión, por lo cual constituye una excepción a la regla antes mencionada. Cabe señalar que las normas expedidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial que no determinen el registro previo de los modelos de contratos de adhesión ante la Procuraduría Federal del Consumidor, pero que prescriban los requisitos que deberán reunir dichos modelos, también constituyen excepción a la regla general de referencia, por lo cual para que proceda su inscripción en el registro, deberán ajustarse a la norma correspondiente y cumplir asimismo con las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Asimismo los modelos de contratos de adhesión regulados por normas oficiales mexicanas, no deberán contener cláusulas que encuadren en las hipótesis señaladas en el artículo 90 de la ley de la materia, el cual dispone:

ARTÍCULO 90. No serán válidas y se tendrán por no puestas 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 cuanto 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 Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.**

“Este precepto, que no tiene equivalente en la Ley de 1975, constituye un avance notable en el combate legal contra las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión. La ley de 1975 había optado por establecer un control administrativo previo, consistente en la aprobación obligatoria por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor de todos los contratos de adhesión que no requiriesen de autorización aprobación de alguna dependencia del Poder Ejecutivo Federal (artículo 63, tercer párrafo). La tarea que se impuso a la Procuraduría fue abrumadora y si bien su labor contribuyó de manera fundamental a restablecer la equidad en los contratos de adhesión, la cantidad y

diversidad de contratos que tuvo que analizar individualmente no permitieron que los esfuerzos tuvieran resultados más generales ni hicieron propicio que se concentrara sólo en la eliminación de las cláusulas abusivas.

Como quedó señalado, en la Ley de 1992 se prevé un sistema de control administrativo previo más flexible, ya que sólo sujeta a aprobación e inscripción obligatoria a los modelos de contratos de adhesión que determinen de manera específica las normas oficiales mexicanas que expida la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; y para los demás modelos de contratos contempla la inscripción voluntaria. De este modo, el análisis y aprobación de modelos de contratos por parte de la Procuraduría se concentra en los que señalen las normas oficiales mexicanas y en los que se presenten voluntariamente los proveedores.

El multicitado artículo 90 tiene el mérito de introducir el sistema de control legislativo ya no de los modelos de contratos, sino de determinadas cláusulas que se consideran abusivas, inequitativas o desproporcionadas en perjuicio del consumidor. Este sistema tiene claras ventajas sobre el anterior. Por un lado, establece criterios objetivos para determinar cuándo una cláusula es nula y "se tendrá por no puesta" en un contrato de adhesión. Se trata de criterios objetivos, pues están claramente expresados en las seis fracciones del artículo 90

y pueden ser verificados con relativa facilidad frente a contratos concretos.

Por otro lado, la nulidad de las cláusulas enunciadas en dicho artículo 90 tiene efectos de carácter general, pues al estar establecida en una disposición legal debe operar sobre todas las cláusulas que se ubiquen dentro de las hipótesis previstas en las fracciones del artículo en comentario. Esto permite dar mayor eficacia y extensión al nuevo sistema.

Cabe recordar que en el artículo 1º. De la Ley se señala como objetivo de ésta procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores; y se reconocen, entre otro, dos derechos básicos del consumidor: el de que se le garantice la equidad en las contrataciones (fracción II) y el de que se le proteja contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en las relaciones de consumo (fracción VII). El sistema de control administrativo previo y el sistema legislativo tienen como finalidad primordial garantizar la equidad en las contrataciones y eliminar las cláusulas abusivas.

A continuación nos referiremos brevemente a cada una de las cláusulas que el artículo 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor declara nulas "y se tendrán por no puestas... ni se inscribirán en el registro"

I.- Las que permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones. Esta hipótesis comprende, en realidad, dos cláusulas diferentes, que tienen en común dejar al arbitrio del proveedor la suerte del contrato. La primera cláusula permite al proveedor modificar de manera unilateral el contenido del contrato, expresión con la que alude prácticamente a cualquier parte del contrato. Tomando en cuenta que éste, por definición, es un acuerdo de voluntades entre dos partes, la Ley declara la nulidad de la cláusula en la que se estipule que una sola de ellas, en este caso, el proveedor, pueda modificar cualquier parte del contrato.

Dentro de este tipo de cláusulas se pueden ubicar las que autoricen al proveedor a variar unilateralmente el precio de los bienes o servicios (salvo que esta variación se haga depender de un factor objetivo el índice de precios al consumidor determinado por el Banco de México, por ejemplo y no de la sola voluntad del proveedor); a modificar las especificaciones o características de los bienes o servicios contratados, o las circunstancias acordadas de tiempo, lugar o modo de entrega o prestación, etcétera.

El segundo tipo de cláusulas que declara nulas la fracción I, son aquellas que permitan al proveedor sustraerse unilateralmente de sus obligaciones. Estas cláusulas son contrarias al principio general del

derecho pacta sunt servanda, conforme al cual las obligaciones asumidas deben ser respetadas y cumplidas. El artículo 1796 del Código Civil estatuye que desde que los contratos se perfeccionan (generalmente por el mero consentimiento), obligan a los contratantes no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado, sino también a las consecuencias que, según su naturaleza, son conformes a la buena fe, al uso o a la Ley.

Pero este tipo de cláusulas también infringen el principio que establece que "la validez y el cumplimiento de los contratos no pueden dejarse al arbitrio de uno de los contratante" (artículo 1797 del propio Código Civil).

II.- Las cláusulas que liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato La expresión "responsabilidad civil" debe ser entendida en sentido amplio, como "la obligación de soportar la reacción del ordenamiento jurídico frente al hecho dañoso", o "la consecuencia de la violación del deber jurídico de no dañar a nadie" (Galindo Garfias, Ignacio, voz "Responsabilidad civil", en Diccionario jurídico mexicano, t. IV, México, Porrúa, 1988, p. 2826). Dentro de este concepto amplio, la responsabilidad civil comprende tanto la responsabilidad subjetiva o con culpa, cuando la responsabilidad objetiva y aun la llamada responsabilidad del producto, por lo que no será válida ninguna cláusula

que libere parcial o totalmente cualesquiera de estas responsabilidades del proveedor.

La salvedad que se prevé en la fracción II corresponde a la llamada excepción de contrato no cumplido (*exceptio non adimpleti contractus*), que se otorga en los contratos bilaterales o sinajagnáticos, y a través de la cual se niega a la parte que no ha cumplido con las obligaciones estipuladas en un contrato el derecho de exigir a la otra el cumplimiento de sus respectivas obligaciones. En realidad, más que una salvedad a la responsabilidad civil entendida en sentido amplio, es una excepción que el proveedor puede oponer cuando el consumidor le demande el cumplimiento del contrato, si el propio consumidor no ha cumplido, a su vez, con las obligaciones que le impone el propio contrato. No sería válido que el proveedor opusiera la excepción de contrato no cumplido para liberarse de responsabilidades que, como la objetiva y la del producto, son normalmente extracontractuales.

III. Las cláusulas que trasladen al consumidor o aun tercero que no sea parte en el contrato, la responsabilidad civil del proveedor. Esta hipótesis de nulidad se dirige a eliminar la práctica comercial que consiste en que el proveedor señala en el contrato como responsable del cumplimiento de alguna o todas las obligaciones a su cargo, a terceras personas (en ocasiones inexistentes o de muy difícil localización), que no asumen directamente esas obligaciones y que, por lo mismo, no las

cumplen ni satisfacen las garantías legales o convencionales establecidas en favor del consumidor. La nulidad de la cláusula supone la exigibilidad de la responsabilidad civil al proveedor.

IV. Las cláusulas que prevengan términos de prescripción inferiores a los legales. Esta hipótesis es congruente con la jurisprudencia de la Suprema Corte de Justicia que sostiene que “no queda al arbitrio de los contratantes prorrogar el plazo fijado por la Ley para la prescripción; siendo la razón de esto, que las disposiciones relativas a la prescripción son de orden público”. Por la misma razón, ya que las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor son de orden público, los plazos de prescripción que ésta señala no podrán ser modificados por acuerdo de las partes.

V. Las cláusulas que prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor. El fundamento de esta nulidad se encuentra en el artículo 17 constitucional, que establece que toda persona tiene derecho a que se le administre justicia por tribunales que estarán expeditos para impartirla en los plazos y términos que fijen las leyes. Este derecho fundamental no puede quedar sujeto a condiciones ni limitaciones que acuerden las partes, por lo que serán nulas todas aquellas cláusulas que contengan este tipo de condiciones o limitaciones (por ejemplo, un requerimiento judicial de pago previo), por lo que el consumidor podrá ejercer las acciones que tenga contra el

proveedor sin necesidad de cumplir con dichas condiciones o limitaciones.

VI. Las cláusulas que obliguen al consumidor a renunciar a la protección de la Ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros. La primera parte de esta hipótesis de nulidad es una consecuencia lógica de la regla contenida en el párrafo primero del artículo 1º., que establece que las disposiciones de la Ley son irrenunciables.

La segunda parte tiene por objeto evitar que, mediante cláusulas de sumisión a la competencia de tribunales extranjeros, se deniegue al consumidor el derecho a que se le administre justicia, que le confiere el artículo 17 constitucional, porque es evidente que si en los contratos de adhesión se le obligará a someterse a la competencia territorial de tribunales extranjeros, se le estaría obligando prácticamente a renunciar a acudir a cualquier tipo de tribunal, por lo que estaríamos frente a un caso de negación de justicia en perjuicio de los consumidores.

Al establecerse la nulidad de estas cláusulas, el consumidor podrá formular su demanda ante el tribunal que resulte competente de acuerdo con las reglas de la legislación mercantil mexicana."²⁸

²⁸ Ovalle Fabela, José. Op. Cit., págs. 176-178.

De igual forma la Procuraduría Federal del Consumidor tiene la facultad de aplicar al procedimiento de aprobación e inscripción de modelo de contratos de adhesión, la regla general contenida en el artículo 13 de la Ley vigente, que impone a las autoridades, proveedores y consumidores la obligación de proporcionar a la Procuraduría, en un plazo no mayor de 15 días, la información necesaria que les sea requerida para sustanciar los procedimientos previstos en la Ley.

El artículo 89 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 esta facultad la información confidencial o que forme parte de patentes o algún otro título protegido por la legislación sobre propiedad industrial.

Es claro que esta facultad de la Procuraduría puede ser ejercida tanto en los procedimientos de registro obligatorio de modelos de contrato de adhesión como en los procedimientos de inscripción voluntaria; y que para hacerla efectiva, la Procuraduría puede utilizar los medios de apremio previstos en el artículo 25, que consideramos importante señalar:

ARTICULO 25. La Procuraduría, para el desempeño de las funciones que le atribuye la ley podrá emplear 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.

Los medios de apremio son los instrumentos que la Ley establece para que la autoridad competente pueda hacer cumplir coactivamente sus determinaciones. La imposición de los medios de apremio presupone los siguientes elementos: 1) una determinación fundada y motivada de la autoridad competente, que ordene a una persona una conducta específica (comparecer a una audiencia, presentar un informe, etc.); 2) un apercibimiento hecho por la misma autoridad a la persona requerida consistente en la advertencia de que, de no llevar a cabo la conducta ordenada, se le impondrá determinado medio de apremio previsto en la Ley, y 3) la no realización de la conducta ordenada.

La imposición de los medios de apremio tiene como finalidad hacer cumplir coactivamente la determinación de la autoridad competente, es decir, obtener la realización de la conducta requerida. No se trata de

sancionar o de castigar el incumplimiento de la persona a la que se dirige la determinación, sino de hacer efectiva ésta. Por eso es diversa la regulación y las consecuencias de las sanciones, en las que sí se busca castigar el incumplimiento a un deber impuesto por la Ley o la infracción de ésta por un particular. Por ejemplo, si a una persona se le requiere para que realice un acto y no lo hace, se le puede imponer el medio de apremio que se le haya apercibido previamente.

CAPITULO 4.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS QUE DETERMINAN LOS REQUISITOS DE INFORMACIÓN QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN

4.1.- Normas obligatorias.

4.2.- Normas voluntarias.

4.3.- El registro obligatorio o voluntario de los contratos
de adhesión, por disposición de la Norma Oficial Mexicana.

4.4.- Efectos del registro.

4.5. Sanciones en caso de incumplimiento de las disposiciones
contenidas en las Normas Oficiales que regulan los
requisitos de información que deben contener los
contratos de adhesión.

CAPITULO 4.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS QUE DETERMINAN LOS REQUISITOS DE INFORMACION QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS DE ADHESION .

4.1 NORMAS OBLIGATORIAS:

En atención a lo dispuesto en el artículo 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se establece que, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento.

Dichas normas podrán referirse a cualesquiera términos y condiciones, excepto precio.

Del precepto legal citado se desprende que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y la Procuraduría Federal del Consumidor, tienen perfectamente delimitadas sus facultades en cuanto se refiere a normas oficiales mexicanas, que sujetan a registro previo u obligatorio los contratos de adhesión.

Asimismo, quedaron establecidas en el artículo 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, las condiciones requeridas para sujetar a

registro previo los modelos de contratos de adhesión, sea que se concreten en los mismos o que exista peligro de prestaciones desproporcionadas en perjuicio de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o constituyan altas probabilidades de incumplimiento por parte del proveedor.

En tales circunstancias para sujetar a registro previo los modelos de contratos de adhesión, no es necesario que se verifique el perjuicio al consumidor, puesto que según el artículo de referencia, es suficiente la probabilidad de incumplimiento o el peligro de prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores.

En el artículo 63, párrafo tercero, de la Ley anterior se estableció que cuando los contratos de adhesión no requiriesen autorización o aprobación por parte de alguna dependencia del Ejecutivo Federal, debían ser aprobados por la Procuraduría Federal del Consumidor en representación del interés colectivo de los consumidores. El primer párrafo del mismo precepto encomendaba a la Procuraduría vigilar que los contratos de adhesión no contuviesen cláusulas con prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o que les impusiesen obligaciones inequitativas. En otros términos, en la Ley de 1975 se estableció un control administrativo obligatorio y previo de todos aquellos contratos de adhesión que no requiriesen autorización de alguna dependencia del Ejecutivo Federal.

En la Ley de 1992 se suprimió este control administrativo previo general de los contratos de adhesión, y sólo se sujetó al registro obligatorio a aquellos contratos que determine la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante normas oficiales mexicanas. En este sentido, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ha determinado que deben inscribirse en forma obligatoria los contratos de adhesión que se encuentren regulados por las siguientes normas oficiales mexicanas: (Ver apéndice)

NOM-029-SCFI-1993, "Información Comercial. Elementos Normativos del Servicio de Tiempo Compartido", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 30 de noviembre de 1993.

NOM-036-SCFI-1994, "Elementos informativos para la Contratación de Servicios Funerarios", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 13 de julio de 1994.

NOM-037-SCFI-1994, "Requisitos para los Contratos de Adhesión en los Sistemas de Comercialización Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 8 de julio de 1994.

NOM-067-SCFI-1994, "Requisitos de Información que deben Satisfacer los prestadores de Servicios de Tintorería, Lavandería, Planchaduría y Similares", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 20 de abril de 1995.

NOM-068-SCFI-1994, "Requisitos de Información en la Prestación del Servicio de Reparación y Mantenimiento de Automóviles en Agencias o Locales Establecidos", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 24 de marzo de 1995.

NOM-111-SCFI-1995, "Prácticas Comerciales.- Elementos Informativos y Requisitos para la Contratación de Servicios para Eventos Sociales", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de agosto de 1996.

NOM-117-SCFI-1995, "Lineamientos Informativos para la Venta de Muebles de Línea y Sobre Medida", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 28 de abril de 1997.

NOM-122-SCFI-1995, "Prácticas Comerciales- Requisitos de Información en la Compraventa y Consignación de Vehículos Usados", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 6 de mayo de 1998.

NOM-124-SCFI-1997, "Elementos Informativos para la Contratación del Servicio de Arrendamiento de Vehículos", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 6 de mayo de 1998.

NOM-125-SCFI-1998, " Prácticas Comerciales-Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios de Autotransporte de

carga”, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de octubre de 1998.

NOM-126-SCFI-1998, “Prácticas Comerciales-Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios fotográficos, de laboratorio fotográfico y de grabación en video”, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de octubre de 1998.

Conviene reiterar que en la Ley vigente se sustituyó el sistema de control administrativo previo y obligatorio por este sistema sujeto a normas oficiales mexicanas, pero también por un sistema legislativo de declaración de cláusulas nulas de pleno derecho, previsto en el artículo 90, al cual ya hemos hecho referencia en el capítulo anterior.

EL LUGAR QUE CORRESPONDE A LOS CONTRATOS DE REGISTRO OBLIGATORIO, SEGÚN NORMAS OFICIALES MEXICANAS, EXPEDIDAS POR LA SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, EN LA CLASIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS.

I. SON CONTRATOS BILATERALES.

De conformidad con el artículo 1835 del Código Civil vigente para el Distrito Federal, el contrato es unilateral, cuando una sola de las partes se obliga hacia la otra, sin que ésta le quede obligada.

El artículo 1836 del mismo código define el contrato bilateral como aquel en el que las partes se obligan recíprocamente.

En este sentido si bien es cierto que el modelo de contrato de adhesión es un documento elaborado unilateralmente por el proveedor, ello no significa que el contrato de adhesión sea unilateral, puesto que para su perfeccionamiento, requiere de la aceptación por parte del consumidor, mediante la cual se concretiza la adhesión que da vida al contrato.

Por otra parte cabe señalar que los contratos de adhesión, cuyos modelos requieren registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, contemplan obligaciones recíprocas entre consumidor y proveedor, puesto que éste se obliga a proporcionar un servicio o entregar un bien al consumidor y éste a su vez, se obliga a pagar un precio cierto en dinero.

II. SON CONTRATOS ONEROSOS.

En los Contratos gratuitos, los provechos corresponden a una de las partes y los gravámenes a la otra cosa que no sucede en los contratos de adhesión en estudio, donde el proveedor adquiere obligaciones de dar o hacer y el consumidor, de pagar un precio.

De conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor, proveedor, es el que realiza actividades mercantiles con el fin de obtener una ganancia por lo que no se obliga gratuitamente.

Asimismo el consumidor realiza un pago por la adquisición de un bien o servicio, es decir que tampoco se obliga gratuitamente, por lo cual se concluye que los contratos de adhesión son onerosos.

III. PUEDEN SER CONTRATOS CONMUTATIVOS O ALEATORIOS

Los Contratos onerosos se dividen en conmutativos y aleatorios:

A) CONTRATOS CONMUTATIVOS

Los contratos son conmutativos cuando los derechos y obligaciones son ciertos y conocidos desde la celebración del contrato, como por ejemplo los contratos de adhesión de tiempo compartido, de servicios funerarios y de servicios de tintorería, lavandería y planchaduría.

B) CONTRATOS ALEATORIOS

Los contratos son aleatorios cuando los derechos y obligaciones son inciertos, desde la celebración del contrato, porque la determinación de las prestaciones depende de una condición o término. En estos

contratos se agrupan los contratos de autofinanciamiento y de reparación y mantenimiento de automóviles.

Los contratos de autofinanciamiento deben especificar el precio vigente del bien o servicio del mismo, no obstante comprenden factores de actualización y compensación, de las cuotas que debe cubrir el consumidor, así como manejo de remanentes a favor de éste, además de que la adjudicación del bien o servicio puede realizarse por sorteo. Todo ello origina incertidumbre respecto de prestaciones y contraprestaciones de los contratos de adhesión de autofinanciamiento.

En Cuanto a los Contratos de adhesión de reparación y mantenimiento de automóviles, de conformidad con la norma oficial mexicana , NOM-068-SCFI-1994, "Requisitos de Información en la Prestación del Servicio de Reparación y Mantenimiento de Automóviles en Agencias o Locales Establecidos", deben contemplar la posibilidad de realizar trabajos no contemplados en el presupuesto original, lo que modifica el presupuesto, así como la posibilidad de variación del costo originalmente pactado, por cuestiones no previstas al momento de celebración de donde se desprende que los derechos y obligaciones no se conocen con exactitud por las partes contratantes.

IV. SON CONTRATOS CONSENSUALES

Los contratos consensuales en oposición a los contratos reales, son aquellos que no requieren la entrega de la cosa para su perfeccionamiento, en cambio los contratos reales se constituyen por la entrega de la cosa, por ejemplo el comodato, el depósito, la prenda, etc.

En virtud de que ningún contrato de adhesión, cuyo modelo es de registro previo, se perfecciona mediante la entrega de la cosa, se concluye que son contratos consensuales.

V. SON CONTRATOS FORMALES.

Los contratos de adhesión cuyo modelo es de registro obligatorio, evidentemente deben constar por escrito, en cuyo documento, los contratantes manifiestan su voluntad de obligarse, por lo que se trata de contratos formales, en donde no basta el consentimiento verbal o tácito.

VI. SON CONTRATOS PRINCIPALES

Los contratos principales son aquellos que existen por sí mismos.

Frente a los contratos principales, encontramos los accesorios o de garantía que dependen de un contrato principal.

Ningún contrato de adhesión cuyo modelo requiere registro previo, depende para su existencia, de un contrato principal, por lo que dichos contratos son principales.

VII. PUEDEN SER CONTRATOS INSTANTANEOS O DE TRACTO SUCESIVO.

Los contratos instantáneos se cumplen íntegramente en el momento que se celebran, por ejemplo la contratación de servicios funerarios de uso inmediato.

Por otro lado los contratos de tracto sucesivo, son aquellos en que el cumplimiento de las obligaciones se realizan en un período determinado, como son los contratos de tiempo compartido y de autofinanciamiento.

IX. PUEDEN SER CONTRATOS TRASLATIVOS DE DOMINIO O DE PRESTACION DE SERVICIOS.

Los contratos traslativos de dominio tienen por objeto la apropiación de una riqueza, entre los cuales tenemos los contratos de adhesión de autofinanciamiento, relativos a bienes muebles e inmuebles, así como los contratos de adquisición de fosas de panteón.

Los contratos de prestación de servicios implican un hacer por parte del proveedor, entre los cuales se agrupan los contratos de adhesión de tiempo compartido, de servicios funerarios, de autofinanciamiento de servicios, tintorería, lavandería y planchaduría, de reparación y mantenimiento de automóviles, de eventos sociales y reparación de electrodomésticos.

4.2 NORMAS VOLUNTARIAS

De conformidad con el artículo 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, aquellos modelos de contratos de adhesión que no requieran registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, podrán solicitarse voluntariamente su registro ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

El registro de dichos modelos será procedente siempre y cuando no lesionen el interés de los consumidores y cumplan con las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, de conformidad con el citado precepto legal.

No obstante, existen modelos de contratos de adhesión que no son de registro obligatorio, pero sus requisitos están previstos en normas oficiales mexicanas, mismas que en seguida se mencionan:

NOM-071-SCFI-1994, "Elementos Normativos para la Contratación de Servicios de Atención Médica por Cobro Directo", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 4 de agosto de 1995.

NOM-085-SCFI-1994, "Criterios Informativos para el Servicio de Reparación de Aparatos Electrodomésticos", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 13 de septiembre de 1995.

NOM-110-SCFI-1995, "Prácticas Comerciales e Información en la Prestación de los Servicios para el Embellecimiento Físico", publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 21 de agosto de 1996.

Para ser registrados los modelos de contratos referidos en dichas normas, deberán reunir los requisitos que las mismas determinan, cumplir con las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor y no ser lesivos al consumidor.

Cabe señalar que la Ley Federal de Protección al Consumidor no establece plazo, ni procedimiento alguno para el registro de los modelos de referencia, por lo que en estos casos no opera la afirmativa ficta prevista por el artículo 87 de la citada ley, la cual sólo es aplicable para los modelos de contratos de registro previo.

4.3 EL REGISTRO OBLIGATORIO O VOLUNTARIO DE LOS CONTRATOS DE ADHESION POR DISPOSICION DE LA NORMA OFICIAL MEXICANA.

Tomando la nueva orientación de la protección al consumidor y las características del momento actual, en torno a la reestructuración interna de la Procuraduría Federal del Consumidor , se hace evidente la necesidad de plantear la agilización de los trámites de registro de contratos de adhesión, reconociendo la importante labor que al respecto tienen las Delegaciones de este Organismo

La Ley Federal de Protección al Consumidor actual introdujo algunos cambios notables respecto de los contratos de adhesión. Modificó la definición legal de los mismos, pero sin alterar su fondo, y destacó como elementos de validez; su redacción íntegra en idioma español, así como el uso de caracteres legibles a simple vista para su presentación al público consumidor.

El cambio fundamental estriba en dispensar la obligatoriedad del registro de los modelos de contratos de adhesión ante la Procuraduría Federal del Consumidor. Sin embargo, advierte el supuesto de que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial pueda dar nuevamente ese carácter obligatorio a tal trámite, por medio de la publicación de normas oficiales mexicanas, siempre que concurren los eventos previstos en el artículo 86: "... cuando (los contratos de adhesión) impliquen o puedan

aplicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas o altas probabilidades de incumplimiento.”

Se concluye entonces que existen dos procedimientos de registro de modelos de contrato de adhesión ante dicha Procuraduría: Uno obligatorio, para dar cumplimiento a las normas oficiales mexicanas que dicte la citada Secretaría al respecto y otro voluntario, iniciado a petición expresa del proveedor interesado.

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE MODELOS DE CONTRATOS DE ADHESIÓN OBLIGATORIOS CONFORME A NORMAS OFICIALES MEXICANAS.

El precepto que regula el procedimiento para la inscripción de los contratos de adhesión que requieran registro previo conforme a alguna norma oficial mexicana, es el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a continuación se transcribe:

ARTICULO 87. En caso de que los contrato de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se

entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

Este dispositivo legal establece un procedimiento sumario, en el que la sustanciación del expediente y la resolución del mismo deberá emitirse en el lapso perentorio de 30 días.

Asimismo, dicho procedimiento deberá cubrir las necesidades específicas que para cada caso dicte la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial a través de sus normas oficiales mexicanas, las cuales para su obligatoriedad deberán tomarse en cuenta después de su publicación en el Diario Oficial de la Federación conforme al plazo de entrada en vigor que cada una señale. Dicho procedimiento se reduce a las siguientes etapas.

- I. - Presentación por parte del proveedor, de su modelo de contrato de adhesión, así como de la solicitud de su registro y documentación correspondiente.
- II. Análisis del modelo de contrato, que efectúa la Procuraduría Federal del Consumidor, para constatar si cumple con los requisitos que establece la norma oficial mexicana

correspondiente y si se apega a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

III. De ser el caso la Procuraduría podrá requerir al proveedor la información necesaria para conocer la transacción objeto del modelo de contrato cuyo registro fue solicitado, de conformidad con el artículo 89 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

IV. Resolución emitida por la Procuraduría Federal del Consumidor dentro del plazo de 30 días siguientes a la presentación de la solicitud, concediendo el registro, o negándolo.

V. En caso de no haberse emitido ninguna resolución, la Procuraduría Federal del Consumidor, tendrá la obligación de efectuar el registro de los modelos de contratos.

VI. De conformidad con la última parte del artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para la modificación de este tipo de contratos será indispensable solicitarla ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

"Es importante resaltar que el párrafo cuarto del artículo 63 de la Ley de 1975 preveía que la resolución de la Procuraduría Federal del Consumidor debía emitirse dentro del mes siguiente al día en que se recibiera la solicitud respectiva; y que de no dictarse esta resolución dentro del plazo señalado, se consideraba no aprobado el contrato de adhesión. Esta presunción de negativa frente al silencio de la autoridad administrativa era acorde con las soluciones que sobre esta materia dan, entre otros ordenamiento, el Código Fiscal de la Federación (artículo 37)

y la Ley del Tribunal de lo Contencioso Administrativo del Distrito Federal (artículo 21, fracción III).

En el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente se prevé que la falta de resolución en el plazo de treinta días por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor tendrá como consecuencia que se presuman aprobados los modelos de contratos de adhesión, por lo que la Procuraduría estará obligada a registrarlos. En otros términos, de una negativa ficta prevista en el párrafo cuarto del artículo 63 de la Ley anterior, se ha pasado a una aprobación ficta establecida en el artículo 87 de la Ley vigente.²⁹

REGISTRO DE MODELOS DE CONTRATOS DE ADHESION VOLUNTARIOS.

Al lado de la inscripción obligatoria de los modelos de contrato de adhesión que prevé el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y cuya obligatoriedad queda sujeta a que así lo determine una norma oficial mexicana, en el artículo 88 que a continuación se transcribe se contempla la posibilidad de que los proveedores inscriban voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión que no requieran registro obligatorio:

²⁹ Idem, págs. 170 y 171.

ARTÍCULO 88. Los interesados podrán inscribir voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión aunque no requieran registro previo, siempre y cuando la Procuraduría estime que sus efectos no lesionan el interés de los consumidores y que su texto se apegue a lo dispuesto por esta ley.

Para esta inscripción voluntaria el artículo 88 establece que la Procuraduría debe verificar dos condiciones esenciales: 1) que los modelos no lesionen el interés de los consumidores, y 2) que su texto se apegue a lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Para esta segunda condición la Procuraduría deberá tomar en cuenta particularmente lo que dispone el artículo 90 del ordenamiento legal antes mencionado, en el que se señalan las cláusulas que no tendrán validez en los contratos de adhesión, ni se inscribirán en el Registro de Contratos de Adhesión.

A diferencia de lo que ocurre con la inscripción de modelos de contratos de adhesión de registro obligatorio, para la cual el artículo 87 precisa los plazos y efectos del procedimiento de aprobación e inscripción, para la inscripción voluntaria no se prevé en el artículo 88 un procedimiento ni los efectos de la falta de resolución. Es evidente que si el artículo 87 se refiere específicamente al procedimiento de inscripción de modelos contrato de adhesión de registro obligatorio, sus disposiciones no deben aplicarse al procedimiento de inscripción voluntaria de contratos de adhesión, porque se trata de dos

procedimientos distintos, que parten de dos supuestos diferentes: en el primer caso, se solicita una inscripción porque una norma oficial mexicana impone obligatoriamente el registro, en el segundo, no existe esta obligación, sino que voluntariamente el proveedor solicita la inscripción de su modelo de contrato de adhesión. Al no existir un procedimiento específico la inscripción voluntaria de modelos de contrato de adhesión, tampoco se le pueden aplicar las reglas sobre la aprobación ficta que se contienen en el artículo 87.

Cabe señalar que la Ley Federal de Protección al Consumidor no prevé las características del Registro Público de Contratos de Adhesión, ni la forma en que deberán inscribirse los modelos de contratos autorizados

Dicho ordenamiento legal solamente prevé el procedimiento para la modificación de los modelos de contratos de registro obligatorio, no así para la modificación de modelos de contratos voluntarios.

CLAUSULAS NO VALIDAS

Para efectos de las solicitudes de registro de modelos de contratos de adhesión presentadas por los proveedores, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; no procederá el mismo cuando contengan cláusulas cuyas estipulaciones se encuadren dentro de los supuestos previstos en dicho

precepto y de las cuales ya hemos hecho referencia en el capítulo anterior.

Independientemente del registro de los modelos de contratos de adhesión, según el citado precepto legal, cuando se celebren contratos que contengan cláusulas en los términos mencionados, serán nulas, puesto que no serán válidas y se tendrán por no puestas, aún cuando subiste el contrato, según la interpretación del artículo en comento.

4.4 EFECTOS DEL REGISTRO

Una alta prioridad para el Gobierno Federal, es de promover una cultura y proteger los derechos e intereses de los consumidores.

Por ello, la SECOFI está trabajando en dos grandes áreas: la información y orientación al consumidor sobre precios y atributos de los productos y servicios; y la protección de los derechos de los consumidores.

A. Información y orientación al consumidor.

La información sobre precios, contenido, calidad y características de los bienes y servicios permite a los consumidores comparar distintas opciones de compra. Por ello, día a día la Procuraduría Federal del Consumidor mejora y amplía la información que proporciona a los

consumidores para que puedan comparar diferentes productos y así se puedan realizar mejores decisiones de compra.

B. Protección de los derechos del consumidor.

Para proteger los derechos de los consumidores la SECOFI, ha emitido normas oficiales que regulan la información que se presenta al consumidor y normas prácticas comerciales.

Las normas oficiales de información establecen la información mínima que debe proporcionarse al consumidor para orientar sus decisiones de compra.

En este contexto es importante señalar que de conformidad con el artículo 24 fracción XV de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor, está facultada para registrar los contratos de adhesión que lo requieran cuando cumplan la normatividad aplicable, así como organizar y llevar el Registro Público de Contratos de Adhesión.

Ahora bien, es el C. Subprocurador Jurídico el que tiene entre otras atribuciones la de coordinar, instrumentar, vigilar y controlar los procedimientos relativos a la aprobación y registro de los contratos de adhesión previstos en la ley en cita, de igual manera coordinar el funcionamiento del Registro Público de los referidos contratos (artículo 12 fracción I y VII del Reglamento de la Procuraduría Federal del

Consumidor). Y ya en forma particular es la Dirección General Jurídica Consultiva en la que se analizan y en su caso se aprueban los proyectos de contratos de adhesión que presenten los proveedores, e inscribirlos en el Registro Público de Contratos de Adhesión (artículo 12 fracción VI del Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor), cuya ubicación es en la Avenida José Vasconcelos N° 208, 11°. piso, colonia Condesa, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 06140, en esta ciudad.

En esa Dirección General se encuentra el Registro Público de Contratos de Adhesión, que tiene por objeto dar a conocer cual es la situación jurídica de los contratos por adhesión que se inscriben en él.

Sus objetivos son la seguridad, certeza y publicidad en la aprobación e inscripción de los contratos por adhesión en los libros respectivos.

Seguridad Jurídica.- La palabra proviene de securitas, la cual deriva del adjetivo securces (de segura) que en sentido más general significa estar libre de cuidados.

En sentido amplio la palabra seguridad indica la situación de estar alguien seguro frente a un peligro. La seguridad jurídica la define Delo, así: "Es la garantía dada al individuo, de que su persona, sus bienes, y sus derechos no serán objeto de ataque violento o que, si estos llegan a producirse le serán asegurados por la sociedad, protección y reparación

(Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, Editorial Porrúa, S.A. de C.V., México 1994. Pag. 2885).

Certeza o certidumbre.- Filosóficamente deben entenderse 1º. Como la seguridad objetiva de la verdad de un conocimiento y 2º. Como la garantía que un conocimiento ofrece de su verdad. (Diccionario para Juristas, Mayo Ediciones, S. de R. L., México, 1981, pag. 248).

Indica Guillermo Cabanellas al respecto que: "Certeza, es clara y firme convicción de la verdad. Ausencia de dudas sobre un hecho o cosa (Diccionario de Derecho Usual. Bibliografía Omeba, Buenos Aires, 1978, pag. 98).

En lo referente a la aprobación y registro de los contratos por adhesión ante la Procuraduría Federal del Consumidor, la certeza debe ser claridad en la coincidencia equitativa entre los derechos del proveedor y las obligaciones del consumidor conforme a la Ley Federal de Protección al Consumidor y en su caso en las normas oficiales mexicanas, en el contrato que se aprueba y la orden de registro con los efectos señalados, por la razón jurídica consecuente.

Publicidad Jurídica Significa: Indole o estado público, conocido o patente. Difusión de informaciones o noticias. De consulta pública o público acceso, indica Cabanellas. (Diccionario del Derecho Usual Opus. cit.)

De acuerdo con lo anterior la competencia de la Procuraduría para conocer y registrar los contratos de adhesión queda sujeta a la condición de que la SECOFI señale, mediante normas oficiales mexicanas, cuales contratos de adhesión requieren registro previo, e indique los términos y condiciones a que deberán ajustarse los modelos de dichos contratos de adhesión.

Sin embargo, el artículo 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor preve que los interesados podrán inscribir voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión aunque no requieran registro previo, siempre y cuando la Procuraduría estime que sus efectos no lesionan el interés de los consumidores y que su texto se apega a lo dispuesto en dicha ley.

En este sentido estimo que, por la experiencia y el prestigio de la Procuraduría Federal del Consumidor, los proveedores continuarán presentando voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión, con la finalidad de que los consumidores tengan la confianza que les proporciona el hecho de que el contrato haya sido aprobado e inscrito por la Procuraduría, dándole mayor prestigio comercial a aquellos proveedores que cumplen espontáneamente con el registro de sus contratos aun cuando sobre el particular no exista disposición jurídica que lo obligue, y por consiguiente le da una mayor competitividad frente a aquellos proveedores de bienes y servicios que no cuentan con el registro de sus contratos.

Iguals beneficios reporta para los proveedores que se dedican a actividades comerciales que se encuentran reguladas por normas oficiales (por lo que hace a los requisitos de información que deben contener los contratos de adhesión). En ambos casos el utilizar un contrato de adhesión previamente aprobado por la Procuraduría Federal del Consumidor permite al consumidor gozar de los beneficios antes precisados y sobre todo facilita la solución de controversias dado que dichos contratos contienen en forma clara y precisa los términos y condiciones de la operación comercial que se va a celebrar, permitiéndole conocer con toda certeza y oportunidad sus derechos y obligaciones, dado que se encuentran plasmados en un documento denominado "contrato de adhesión".

4.5 SANCIONES EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN LAS NORMAS OFICIALES QUE REGULAN LOS REQUISITOS DE INFORMACION QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS DE ADHESION.

De conformidad con el artículo 1° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se determina que el objeto de dicha Ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Para tal efecto señala los principios básicos que deben prevalecer en las relaciones de consumo, de los cuales solamente señalaremos los que

tienen relevancia para este punto de la investigación, siendo los siguientes:

- a) La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones.
- b) 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.
- c) La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

Por otra parte el artículo 3° distribuye con precisión la competencia para la aplicación de la Ley. A la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial atribuye la expedición de las normas oficiales mexicanas previstas por la Ley Federal de Protección al Consumidor y a la Procuraduría Federal del Consumidor vigilar se cumpla con lo dispuesto en la propia ley y sancionar su incumplimiento.

En lo relativo a la imposición de sanciones, la Ley atribuye competencia para ello solo a la Procuraduría Federal del Consumidor, superando la doble competencia que la Ley anterior otorgada a la Procuraduría y a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Así mismo en el artículo 96 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a continuación se transcribe, se establece la atribución que tiene la Procuraduría en materia de vigilancia y verificación:

ARTICULO 96. La Procuraduría, con objeto de aplicar y hacer cumplir las disposiciones de esta ley, cuando no corresponda a otra dependencia, practicará la vigilancia y verificación necesarias en los lugares donde se administre, almacenen, transporten, distribuyan o expendan productos o mercancías o en los que se presten servicios, actuando en oficio y en los términos que dispone esta ley y, en lo no previsto, por lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

En el texto original de la Ley de 1975 no se otorgaban a la Procuraduría Federal del Consumidor atribuciones para llevar a cabo las tareas de inspección y vigilancia. Si bien el Capítulo Decimoprimeros se refería a los servicios de inspección y vigilancia, los mismos no se atribuían a la Procuraduría, sino a "las autoridades a quienes corresponda, en la esfera de su competencia, velar por la aplicación y cumplimiento de esta Ley"

El artículo 1o., párrafo segundo, de la Ley de 1975 atribuía la aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de dicha Ley, a falta de competencia específica de determinada

dependencia del Ejecutivo Federal, a la entonces Secretaría de Industria y Comercio.

De modo que en el texto original de la Ley de 1975 las tareas de inspección y vigilancia competían exclusivamente a la Secretaría de Industria y Comercio, pues se partía de la base de que la Procuraduría Federal del Consumidor debía tener funciones similares a las del *Ombudsman* del consumidor, que no ejerce esta clase de actos de autoridad.

El artículo 59, fracción VI, de la Ley de 1975 facultaba a la Procuraduría para denunciar ante las autoridades competentes los casos de violación de precios normas de calidad, peso, medida y otras características de los productos y servicios que llegarán a su conocimiento.

Sin embargo, por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 4 de enero de 1989 se reformó, entre otros, el citado artículo 59, fracción VI, para trasladar de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial a la Procuraduría Federal del Consumidor, "las funciones de inspección y vigilancia en materia de precios y tarifas acordados, establecidos o autorizados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial...." Con el mismo decreto se adicionó un segundo párrafo al artículo 52, para establecer que cualquier persona tenía derecho para denunciar ante la Procuraduría Federal del Consumidor también podía ser de oficio, mediando siempre mandamiento por escrito.

En la fracción XIII del artículo 24 de la Ley vigente se reitera la atribución 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; y 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, la que debe llevar a cabo conforme a la propia Ley Federal de Protección al Consumidor y, en lo no previsto por ésta con base en las disposiciones de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

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, y también puede hacerlo de oficio, es decir, sin necesidad de esa denuncia (artículo 97 de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

Como la Ley no establece ninguna formalidad para la presentación de las denuncias, estas podrán hacerse del conocimiento de la Procuraduría a través de cualquier medio idóneo, ya sea por escrito o bien verbalmente, personalmente o por teléfono, etc.

De conformidad con el artículo 98 del ordenamiento legal antes citado, se entiende como visita de verificación la que se practique en los

lugares a que se refiere el artículo 9f antes transcrito, según corresponda y de acuerdo con lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, debiendo se:

- I. Examinar los productos o mercancías, las condiciones en que se ofrezcan éstos o se presten los servicios y los documentos o instrumentos relacionados con la actividad de que se trate;
- II. Verificar precios, cantidades, cualidades, calidades, contenidos netos, masa drenada, tarifas o instrumentos de mediciones 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.

El procedimiento para llevar a cabo la verificación no se regula en la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que en este caso se aplica supletoriamente el previsto, en la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización (artículos 88-109). Para los efectos de dicha ley señala como visita de verificación, la que se efectúa con objeto de comprobar el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas, el contenido o el contenido neto y, en su caso, la masa drenada; determinar los ingredientes que constituyan o integren los productos, si existe

obligación de indicar su composición, la veracidad de la información comercial o la ley de los metales preciosos.

En este orden de ideas debemos precisar que de cada visita de verificación efectuada, se debe expedir un acta detallada, se cual fuere el resultado, la falta negativa a firmar el acta por parte del visitado no afecta su validez (art. 92 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización), dicha visita se practicará en días y horas hábiles y únicamente por personal autorizado previa identificación, podrá autorizar se practiquen también en días y hora hábiles a fin de evitar la comisión de infracciones, en cuyo caso el oficio de comisión contendrá dicha autorización. Los proveedores tienen la obligación de permitir el acceso y proporcionar las facilidades necesarias para practicar el acceso y proporcionar las facilidades necesarias para practicar la verificación. Como lo mencionamos, de toda visita de verificación se levantará acta circunstanciada, en presencia de dos testigos propuestos por la persona con quien se hubiere atendido la diligencia o por quien la practique si aquella se hubiese negado o proponerlos. De toda acta se debe dejar una copia aunque se hubiese negado a firmar.

En las actas se hará constar:

- 1.- Nombre, denominación o razón social del establecimiento;
- 2.- Hora, día, mes y año en que inicie y en que concluya la diligencia;

3. Calle, número, población o colonia, municipio o delegación, código postal y cantidad federativa en que se encuentre ubicado el lugar en que se practique la visita.
- 4.- Número y fecha del oficio de comisión que lo motivo;
- 5.- Nombre y cargo de la persona con quien se entendió la diligencia,
- 6.- Nombre y domicilio de las personas que fungieron como testigos;
- 7.- Datos relativos a la actuación.
- 8.- Declaración del visitado, si quisiera hacerlo; y
- 9.- Nombre y firma de quienes intervinieron en la diligencia incluyendo los de quienes la llevaron a cabo.

Los visitados a quienes se haya levantado acta de verificación pueden formular observaciones en el acto de la diligencia y ofrecer pruebas en relación con los hechos contenidos en ella o, por escrito, hacer uso de tal derecho dentro del término de 5 días hábiles siguientes a la fecha en que se haya levantado.

Ahora bien, es conveniente precisar que la Procuraduría Federal del Consumidor, es competente para conocer y sancionar el incumplimiento de los preceptos de la Ley Federal de Protección al Consumidor así como las disposiciones contenidas en las normas oficiales mexicanas, en particular y para los efectos de la presente investigación nos limitamos a las que fijan los requisitos de información que deben contener los contratos de adhesión que utilice el proveedor

con el público consumidor, de acuerdo a lo dispuesto por los artículos 1º, 3º, 6º, 9º, 20 y 24 fracciones I, II, IV, XIV, XIX, XXI, 33, 34, 44 y 96 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; en concordancia con los artículos 1º, 2º fracción II, inciso a), 3º fracción XI, 40, 52, 53, 57, 59, 60, 61, 62, 81, 85, 86, 87, 91, 109, 112, 112-A, 114 y 115 de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización de aplicación supletoria.

En este sentido, si de una acta circunstanciada de verificación derivada de una visita de verificación practicada en el domicilio del proveedor de bienes y servicios se desprende que dicho establecimiento tenía un comportamiento irregular al no cumplir con lo establecido en alguna norma oficial mexicana, la Procuraduría puede aplicar las sanciones correspondientes independientemente de que el objeto esa Institución es el de proteger los intereses y la economía de los consumidores con fundamento en los artículos 1º, 9º y 24 fracciones I, II, IV, XIV, 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, también puede imponer como medida precautoria la colocación de engomados en dichos establecimientos con la leyenda "ESTE ESTABLECIMIENTO NO CUMPLE CON LA NORMA OFICIAL MEXICANA RELATIVA A..." tal es el caso de aquellos prestadores de servicios de reparación de automóviles que no cumplen con lo dispuesto en los artículos 57, 59, 60, 61, 62, 81, 85, 86 y 87 de la Ley antes referida así como las disposiciones de la norma oficial mexicana NOM-068-SCFI-1994, Requisitos de Información en la Prestación del Servicio de Reparación y Mantenimiento de Automóviles en agencias o locales establecidos, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el día 24 de marzo de

1995, al no proporcionar al consumidor una información adecuada y clara sobre el servicio que presta el establecimiento, como lo es: el contrato de adhesión, orden de servicio para la recepción del automóvil y presupuesto por escrito, requisitos que deben registrarse en la PROFECO, y que están previstos en los citados artículos como en los requisitos que deben contener los contratos de adhesión que se utilicen para regular este tipo de operaciones comerciales, señaladas en los puntos 3.3, 4, 4.2 y 4.3 de la norma oficial mexicana antes precisada, cuyos puntos transcribimos a continuación:

""3.3 Las ordenes de servicio que pretendan utilizar los proveedores para perfeccionar la prestación del servicio, deben de estar registradas en la Procuraduría, y: a) cumplir con lo dispuesto en la presente NOM; b) Estar escritas en español, sin perjuicio de que se expresen en otros idiomas; c) Ser legibles a simple vista; d) celebrarse en moneda nacional, de conformidad con la ley de la materia; e) contener las penas convencionales a las que se hacen acreedoras las partes por incumplimiento y el procedimiento para hacerlas efectivas; y f) mencionar los aspectos relativos a las garantías".

" 4. Elementos Informativos. Los proveedores deben proporcionar información de manera clara, oportuna y veraz para evitar inducir a error o confusión al consumidor".

" 4.2 De la recepción. El proveedor debe expedir al consumidor una orden de servicio para la recepción del automóvil, la cual debe contener,

cuando menos, los siguientes puntos; a) El nombre y domicilio del proveedor y del consumidor respectivamente; b) las características generales del automóvil: tales como marca, modelo, color, placas y número de kilómetros recorridos; c) las condiciones generales en las que se encuentra el automóvil en cuanto a; hojalatería, pintura, vestidura, cantidad de combustible, cristales y equipo especial entre otros, al momento de entrar al taller o agencia automotriz; d) la fecha de recepción, firma del proveedor y la firma del consumidor al aceptar el presupuesto; e) la fecha compromiso para la entrega del automóvil, indicando si quien proporciona las refacciones es el proveedor o el consumidor. En este último caso, la fecha de entrega se debe indicar a partir de que el consumidor proporcione las refacciones; f) las penas convencionales a que se hacen acreedores tanto el proveedor como el consumidor por concepto de incumplimiento derivadas de la prestación del servicio. Dichas penas deben ser equitativas; y g) forma de pago”.

“ 4.3 Del presupuesto. El proveedor debe entregar al consumidor un presupuesto por escrito, para el servicio de reparación o mantenimiento solicitado, asimismo debe mencionar claramente al consumidor si la elaboración del presupuesto lleva erogación alguna; dicho presupuesto debe contener al menos, los siguientes puntos: a) reparaciones a efectuar, ...costo de las refacciones..., mano de obra...; b) procedimiento de variación de costos...; c) fecha prevista de la entrega...; d) ...E caso de que el presupuesto no sea aceptado...; e) ...proceder a la prestación del servicio una vez que el consumidor...haya concedido la conformidad...”

El incumplimiento de estos requisitos que fija la citada norma oficial mexicana transgrede los intereses y derechos del público consumidor que al solicitar el servicio que presta el establecimiento tendrían un total desconocimiento de las características del mismo, creando un marco de inseguridad en los consumidores, lo que contraviene además la iniciativa del Gobierno Federal de garantizar que los servicios que se presten en territorio nacional ostenten la información comercial necesaria para que los consumidores al ejercer sus derechos, alcancen un beneficio tanto en su economía como en su poder de adquisición, objetivo fundamental de estas Normas Oficiales Mexicanas.²

Por otro lado la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización establece en el artículo 112 que: El incumplimiento a lo dispuesto en esta Ley y demás disposiciones derivadas de ella, será sancionado administrativamente por las dependencias conforme a sus atribuciones... por lo que tratándose de normas oficiales mexicanas que regulen los requisitos de información que deben contener los contratos de adhesión corresponde a la Procuraduría Federal del Consumidor aplicar las sanciones correspondientes. Por tanto si algún proveedor no cumple con las disposiciones establecidas en dichas normas, se le notifica y emplaza al procedimiento administrativo correspondiente, otorgándole un término de cinco días hábiles para ofrecer pruebas y

² Norma Oficial Mexicana, NOM-068-SCFI-1995 "Requisitos de Información en la Prestación del Servicio de Reparación y Mantenimiento de Automóviles en Agencias o Locales Establecidos. México. Diario Oficial de la Federación, 24 de marzo de 1995. pags 6 y 7

manifestar lo que a su derecho convenga, toda vez que dicho incumplimiento viola en perjuicio de la sociedad los artículos 6° de la Ley Federal de Protección al Consumidor y 52 de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización, al carecer dichos establecimientos de los requisitos establecidos en las normas oficiales mexicanas mismas que se publican en el Diario Oficial de la Federación cuya observancia es obligatoria, con base en los elementos de convicción que disponga la Procuraduría impondrá una sanción económica de conformidad con lo previsto en los artículos 112 al 114 de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización que a continuación se transcriben:

ARTICULO 112.- El incumplimiento a lo dispuesto en esta Ley y demás disposiciones derivadas de ella, será sancionado administrativamente por las dependencias conforme a sus atribuciones y en base a las actas de verificación y dictámenes de laboratorios acreditados que les sean presentados a la dependencia encargada de vigila el cumplimiento de la norma conforme a lo establecido en esta Ley. Sin perjuicio de las sanciones establecidas en otros ordenamientos legales, las sanciones aplicables serán las siguientes:

- I. Multa;
- II. Clausura temporal o definitiva, que podrá ser parcial o total;
- II. Arresto hasta por treinta y seis horas;
- III. Suspensión o revocación de la autorización, aprobación, o registro según corresponda; y

IV.-Suspensión o cancelación del documento donde consten los resultados de la evaluación de la conformidad así como de la autorización del uso de contraseñas y marcas registradas.

ARTICULO 112-A.- Se sancionará con multa las conductas u omisiones siguientes:

I.De veinte a tres mil veces el salario mínimo cuando:

a) No se proporcione a las dependencias los informes que requieran respecto de las materias previstas en esta ley;

b) No se exhiba el documento que compruebe el cumplimiento con las normas oficiales mexicanas que le sea requerido; o

c) Se contravenga una norma oficial mexicana relativa a información comercial, y ello no represente engaño al consumidor;

II.De quinientas a ocho mil veces el salario mínimo cuando:

a) Se modifique sustancialmente un producto, proceso, método, instalación, servicio o actividad sujeto a una evaluación de la conformidad, sin haber dado aviso a la dependencia competente o a la persona acreditada y aprobada que la hubiere evaluado;

b) No se efectúe el acondicionamiento, reprocesamiento, reparación, sustitución o modificación, a que se refieren los artículos 57 y 109, en los términos señalados por la dependencia competente;

c) Se utilice cualquier documento donde consten los resultados de la evaluación de la conformidad, la autorización de uso de contraseña, emblema o marca registrada, o que compruebe el cumplimiento con esta Ley y las disposiciones que de ella derivan, para un fin distinto del que motivó su expedición;

d) Se contravengan disposiciones contenidas en las normas oficiales mexicanas;

e) Se cometa cualquier infracción a la presente Ley, no prevista en este artículo;

III De tres mil a catorce mil veces el salario mínimo cuando:

a) Se incurra en conductas u omisiones que impliquen engaño al consumidor o constituyan una práctica que pueda inducir a error;

b) Se ostenten contraseñas, marcas registradas, emblemas, insignias, calcomanías o algún otro distintivo sin la autorización correspondiente; o

c) Se disponga de productos o servicios inmovilizados;

IV De cinco mil a veinte mil veces el salario mínimo cuando se incurra en conductas u omisiones que impliquen grave riesgo a la salud, vida o seguridad humana, animal o vegetal, al medio ambiente o demás finalidades contempladas en el artículo 40;

Para efectos del presente artículo, se entenderá por salario mínimo, el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal al momento de cometerse la infracción.

ARTICULO 113.- En todos los casos de reincidencia se duplicará la multa impuesta por la infracción anterior, sin que en cada caso su monto total exceda del doble máximo fijado en el artículo anterior.

Se entiende por reincidencia, para los efectos de dicha Ley y demás disposiciones derivadas de ella, cada una de las subsecuentes infracciones a un mismo precepto, cometidas dentro de los dos años siguientes a la fecha del acta en que se hizo constar la infracción precedente, siempre que ésta no hubiese sido desvirtuada.

ARTICULO 114.- Las sanciones serán impuestas con base en las actas levantadas, en los resultados de las comprobaciones o verificaciones, en los datos que ostenten los productos, sus etiquetas, envases, o empaques o en la omisión de los que deberían ostentar, en base a los documentos emitidos por las personas a que se refiere el artículo 84 de la Ley con base en cualquier otro elemento o circunstancia de la que se infiera en forma fehaciente infracción a esta Ley o demás disposiciones derivadas de ella. En todo caso las resoluciones en materia de sanciones deberán ser fundadas y motivadas y tomando en consideración los criterios establecidos en el artículo siguiente:

Para determinar las sanciones mencionadas, se toma en consideración los siguientes elementos que se encuentran previstos en el artículo 115 de la mencionada ley, las cuales se resumen en tres puntos:

- A)El carácter intencional o no de la acción u omisión constitutiva de la infracción.
- B)La gravedad que la infracción implique en relación con el comercio de productos o la prestación de servicios, así como el perjuicio ocasionado a los consumidores; y
- C)Las condiciones económicas del infractor.

CONCLUSIONES

1. El haber entrado al estudio de las normas oficiales mexicanas, me permite expresar que la actividad normalizadora se ha convertido en un instrumento indispensable para el comercio, por lo que las normas oficiales constituyen un referente esencial para que la industria y el comercio puedan mejorar la calidad y la competitividad de sus productos y servicios.
2. Como lo he dejado asentado, la culminación de los trabajos de normalización en México se ven plasmados en las normas oficiales mexicanas (NOM) de ámbito obligatorio, las cuales son elaboradas, según el área de competencia, por nueve secretarías del gobierno federal. También existen las normas mexicanas (NMS) de ámbito voluntario promovidas por el sector privado, a través de Organismos Nacionales de Normalización. Siendo la Dirección General de Normas de la SECOFI, el organismo oficial encargado de la coordinación de los diferentes sectores interesados en la elaboración de normas.
3. De conformidad con el artículo 3 fracción XI de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1° de julio de 1992, debemos entender como norma oficial mexicana "la regularización técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en la citada ley, que establece reglas.

especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso e instalación, sistema, actividad, servicio o método de la producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación." En tal virtud podemos concluir que es un instrumento que a través de las dependencias de la administración Pública Federal establece con carácter obligatorio la información al público y la protección de los consumidores, respecto de los términos y condiciones de los contratos de adhesión.

4. Del aspecto histórico de las normas oficiales mexicanas, desprendemos que en el pasado la expedición de las normas oficiales mexicanas era realizada únicamente por SECOFI, quien no estaba sujeta a mecanismos claros, como consecuencia de lo anterior no es sino hasta el 1° de julio de 1992 con la publicación de la nueva Ley Federal Sobre Metrología y Normalización cuando se integra un procedimiento uniforme, promoviendo la concurrencia de los sectores públicos, privado, científico y de consumidores, quienes participan en el análisis de la norma que se va a elaborar dando sus puntos de vista, opiniones, propuestas y experiencias sobre la materia que va a regular. Lo que consideró un gran avance en la Administración Pública Federal al permitir la participación de los gobernados en la elaboración de la normatividad que regira sus operaciones comerciales.

5. Es importante puntualizar que las normas oficiales mexicanas, concretamente las que expide la SECOFI en materia de requisitos que deben contener los contratos de adhesión cuyo registro se realice ante la PROFECO, surgen y tienen su fundamento en los artículos 1°, 3°, 19 fracción VII, 85, 86, 87 y 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor publicada en el Diario Oficial de la Federación con fecha 24 de diciembre de 1992 así como en los artículos 3° fracción XI, 39 fracción II, 39 fracción V y 40 de la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización, publicada en el Diario Oficial de la Federación con fecha 1° de julio de 1992.

6. Estimo prudente señalar que la vida económica actual impone con frecuencia una dinámica comercial que rebasa las figuras contractuales establecidas mezclando en forma indistinta diversos compromisos en un solo contrato, resultando difícil precisar las características distintivas de los contratos. Por lo que con esta consideración nos permita resaltar que es precisamente en este contexto donde cobra importancia el papel que desempeñan las normas oficiales mexicanas ya que facilitan que en la relación contractual entre el proveedor y el consumidor se unifiquen los términos y condiciones aplicables tanto en la adquisición de bienes como en la prestación de servicios que se ofrecen al público.

7. Asimismo es conveniente señalar que comúnmente se conoce al contrato de adhesión, como aquel en el que de antemano ya están

establecidas las cláusulas esenciales, sin que la contraparte tenga oportunidad de discutir su contenido. Para los efectos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, define al contrato de adhesión como 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, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Por otra parte es conveniente precisar que proveedor: es la persona física o moral que habitualmente o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios. Y por consumidor: la persona física o moral que adquiere, realiza o disfrute como destinatario final bienes, productos o servicios.

8. El haber incursionado en el tema de la importancia de las normas oficiales mexicanas en la relación contractual entre proveedor y consumidor, nos permite señalar que el fundamento de las normas oficiales mexicanas que expide la SECOFI en materia de requisitos de información comercial que deben contener los contratos de adhesión que se inscriban ante PROFECO, lo encontramos en el artículo 3° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el cual también se contempla la facultad de esa Procuraduría para imponer las sanciones que correspondan por el incumplimiento de los requisitos contenidos en las referidas normas, cuya verificación y vigilancia están bajo su competencia.

9. Con el estudio de los principales objetivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor que analizamos en esta investigación nos permite tener una visión clara de que dicho ordenamiento legal es un instrumento que protege los derechos del Consumidor, como siempre lo ha sido la Procuraduría Federal del Consumidor, quien esta encargada de promover y proteger los derechos e intereses del Consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, por tanto bajo estos principios es que la citada Institución esta encargada de registrar los contratos de adhesión que lo requieran cuando cumplan con la normatividad aplicable. Ejerciendo dicha atribución cuando se pida la inscripción en los casos que la SECOFI haya determinado su registro obligatorio o bien cuando el interesado lo solicite voluntariamente, de lo que se concluye que existen dos procedimientos de registro uno obligatorio y otro voluntario.

10. De conformidad con el artículo 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se establece que SECOFI, mediante normas oficiales, podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento, de lo desprendemos que no es necesario que se verifique el perjuicio al consumidor, siendo suficiente que exista la probabilidad de incumplimiento o el peligro de prestaciones

desproporcionadas a cargo de los consumidores. En este sentido es importante precisar que hasta la fecha se han publicado once normas oficiales que regulan los requisitos de información que deben contener los contratos de adhesión en actividades comerciales como: Tiempo Compartido, servicios funerarios, Autofinanciamiento, servicios de tintorería, lavandería y planchaduría, reparación y mantenimiento de automóviles, servicios para eventos sociales, venta de muebles de línea y sobre medida, compra-venta y consignación de vehículos usados, arrendamiento de vehículos, servicios de autotransporte y servicios fotográficos, laboratorio fotográfico y grabación en video.

11.El haber entrado al estudio del presente trabajo, me permite concluir afirmando que la innovación legislativa, pasmada en los artículos 3° y 19 fracción VII de la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativa a la competencia de la SECOFI para expedir normas oficiales mexicanas que establezcan los requisitos mínimos de información que deben contener los contratos de adhesión que revisa, aprueba y en su caso registra la PROFECO son de gran importancia, ya que constituyen un instrumento que trata de lograr la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo entre proveedor y consumidor, con vistas a asegurar transparencia en las operaciones comerciales relativas a bienes y servicios, en las que el consumidor tiene la certeza de elegir la compra o contratación que más le convenga o bien tener la información clara y oportuna que le de la posibilidad de hacer valer sus derechos en caso de incumplimiento dado que por virtud de los multicitadas normas

se unifican los términos y condiciones de los contratos de adhesión, lo que proporciona equidad y certeza en las relaciones contractuales entre proveedor y consumidor.

12. Finalmente se ha de concretar que el desarrollo del presente tema ha sido con el propósito de que el proveedor de bienes y servicios así como el consumidor y público en general conozca la existencia de las normas oficiales mexicanas que es un esfuerzo del Gobierno Federal con el que se persigue establecer las medidas necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional ostenten la información comercial necesaria para que tanto los consumidores como los usuarios puedan tomar adecuadamente sus decisiones de compra, de usar y de disfrutar plenamente los productos y servicios que adquieren, creando un marco de seguridad que beneficie al consumidor tanto en su económica como en su poder de adquisición, objetivo fundamente de normas oficiales. Para lograr lo anterior propongo que independientemente de su publicación oficial, se publiquen en los diarios de mayor circulación inclusive se utilicen espacios en radio y televisión en tal forma que se a través de los medios masivos de comunicación que se logre una difusión con una cobertura a nivel nacional, que permita que no solamente los proveedores conozcan sus obligaciones en materia de contratación sino también hasta la ama de casa conozca los beneficios de las normas oficiales mexicanas.

BIBLIOGRAFIA

Acosta Romero, Miguel. Teoría General del Derecho Administrativo. 6ª. ed., Ed. Porrúa, S.A., México 1984.

Alfaro Aguila-Real, Jesús. Las Condiciones Generales de la Contratación. Civitas, S.A., México 1991.

Arce Gargollo, Javier. Contratos Mercantiles Atípicos. 3ª. Reimpresión. ed. Trillas, S.A. de C. V., México 1994.

Bando Casado, Honorio-Carlos. La Publicidad y la Protección Jurídica de los Consumidores y Usuarios. 3ª. ed., Instituto Nacional del Consumo, México 1991.

Barrera Graf, Jorge. La Ley Federal de Protección al Consumidor. Jurídica Anual de Derecho de la Universidad Ibero Americana, México 1981.

Bujons, José. Los Derechos del Consumidor. ed. Decálogo, Barcelona.

Fernández Fredes, Francisco. Cuaderno de Análisis Jurídico. Serie 33 Semanario. Universidad Diego Portales. Chile, 1997.

Fraga, Gabino, Derecho Administrativo. 31 ed., Ed., Porrúa, México, 1992.

Jiménez Codich, María de Lourdes. Protección al Consumidor. Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Ibero Americana, México, 1978.

Ovalle Favela, José. Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor. Ed. Mc. Graw-Hill, México, 1995.

Parra Lucan, Ma. Angeles. Daños por Productos y Protección del Consumidor. Ed. José María Bosch Editor, S.A., Barcelona, 1990.

Recasens Siches, Luis. Derecho Protector de los Consumidores. Año X número veintinueve, Ed. UNAM, Boletín del Instituto de Desarrollo Comparado de México, mayo-agosto 1957.

Reyes López, Ma. José. Derecho de Consumo. Valencia, Ed., General de Derecho, S.L., Valencia, 1993.

Rodrigo Bercovitz Rodríguez Cano y Javier Salas Hernández (Coordinadores), Comentarios a la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Ed. Civitas, S.A., Madrid 1993.

Sánchez Medal, Ramón. De los Contratos Civiles. 10ª. Ed. Porrúa, México, 1989.

Treviño García, Ricardo. Epítome de los Contratos. Ed. Mc Graw Hill, México, 1994.

Vallespinos, Carlos Gustavo. El Contrato por Adhesión a Condiciones Generales. Ed. Universidad, S.R.L., Buenos Aires, 1984.

Vázquez del Mercado, Oscar. Contratos Mercantiles. 2ª., ed., Ed. Porrúa, México, 1994.

LEGISLACION

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Leyes y Códigos de México. 105ª. ed., México. Ed. Porrúa, México, 1995.

Código de Comercio, 15ª. ed. Ed. Andrade, S.A. de C.V., México, 1989.

- Código de Comercio y Leyes Complementarias. Colección Porrúa, Ed. Porrúa, México 1995.

- Código Civil para el Distrito Federal. Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2ª. Reimpresión. Miguel Angel Porrúa, México, 1990.

- Código Civil para el Distrito Federal. Colección Porrúa, Ed., Porrúa, México, 1995.

Ley Federal de Protección al Consumidor. 15ª. ed., Ed. Andrade, S.A. de C.V., México, 1989.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. Colección Porrúa, ed. Porrúa México 1996.

PUBLICACIONES OFICIALES

Norma Oficial Mexicana NOM-029-SCFI-1993. Información Comercial-Elementos Normativos del Servicio de Tiempo Compartido. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 30 de noviembre de 1993.

Norma Oficial Mexicana NOM-036-SCFI-1994. Elementos informativos para la contratación de servicios funerarios. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 13 de julio de 1994.

Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994. Requisitos para los contratos de adhesión de los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 8 de julio de 1994.

Reglamento de los sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 17 de mayo de 1994.

Norma Oficial Mexicana NOM-067-SCFI-1994. Requisitos de información que deben satisfacer los prestadores de servicios de tintorería, lavandería, planchaduría y similares. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 20 de abril de 1995.

Norma Oficial Mexicana NOM-068-SCFI-1994. Requisitos de información en la prestación del servicio de reparación y mantenimiento de automóviles en agencias o locales establecidos. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 24 de marzo de 1995.

Norma Oficial Mexicana NOM-071-SCFI-1994. Elementos normativos para la contratación de servicios de atención médica por cobro directo. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 4 de agosto de 1995.

Norma Oficial Mexicana NOM-085-SCFI-1994. Criterios informativos para el servicio de reparación de aparatos electrodomésticos. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 13 de septiembre de 1995.

Norma Oficial Mexicana NOM-110-SCFI-1995. Prácticas comerciales-elementos informativos y requisitos para la contratación de servicios para eventos sociales. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 23 de agosto de 1996.

Norma Oficial Mexicana NOM-117-SCFI-1995. Lineamientos informativos para la Venta de Muebles de Línea y Sobre Medida, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 28 de abril de 1997.

Norma Oficial Mexicana NOM-122-SCFI-1995. Prácticas Comerciales-Requisitos de Información en la Compraventa y Consignación de Vehículos Usados. publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 6 de mayo de 1998.

Norma Oficial Mexicana NOM-124-SCFI-1997. Elementos Informativos para la Contratación del Servicio de Arrendamiento de Vehículos. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 6 de mayo de 1998.

Norma Oficial Mexicana NOM-125-SCFI-1998. Prácticas Comerciales-Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios de Autotransporte de carga. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 23 de octubre de 1998.

Norma Oficial Mexicana NOM-126-SCFI-1998. Prácticas Comerciales-Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios fotográficos, de laboratorio fotográfico y de grabación en vídeo. México, Diario Oficial de la Federación de fecha 23 de octubre de 1998.

Ley Federal sobre Metrología y Normalización:

Diario Oficial de la Federación de fecha 26 de enero de 1988.

Diario Oficial de la Federación de fecha 1° de julio de 1992.

Diario Oficial de la Federación de fecha 20 de mayo de 1997.

Ley Federal de Protección al Consumidor:

Diario Oficial de la Federación de fecha 22 de diciembre de 1975.

Ley Federal de Protección al Consumidor

Diario Oficial de la Federación de fecha 24 de diciembre de 1992.

OTRAS FUENTES

Aspectos Generales. Mecanografía 8 Normas SECOFI (folleto), México, 1981.

Aspectos Generales de Normalización. Normalización, Verificación y Certificación Oficial de Calidad SECOFI, (folleto), México, 1981.

Diccionario Jurídico Mexicano. Séptima ed., Editorial Porrúa, S.A. de C.V., México, 1994.

La Normalización en México. Simposium sobre Normalización Integral, SECOFI (folleto), México.

Presentación de la Normalización. Carpeta Institucional de la Dirección General de Normas de SECOFI, México, 1997.

Revista del Consumidor, PROFECO, Mayo 1998. México