

97

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGON



RESOLUCIONES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
Y SU ALCANCE JURIDICO

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
MARIA GUADALUPE DIONICIO ROSAS

ASESOR:
LIC. JANETE YOLANDA MENDOZA Y GANDARA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SAN JUAN DE ARAGON, EDO. DE MEXICO 2002





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

PAGINACION DISCONTINUA

AGRADECIMIENTOS

A mi Padre Eterno por darme
Una nueva forma de vivir , por
Tu infinita misericordia y darme
La oportunidad de tomarme de
Tu mano para conseguir una
Meta Gracias Bendito Padre.

A mi Mamá
Por darme la vida y tu Amor por
Ser mi ejemplo, por tu fortaleza y
El coraje para enfrentar la vida y
Enseñarme a luchar por lo que
Quiero en una simple palabra por
ser todo para mí Gracias Mamá.

TESIS CON
FALLA DE ORDEN

A Geneveva

Tengo mucho que agradecerte
Tu apoyo incondicional tanto en
los tropiezos como en los triunfos
tus consejos y porque no hasta
tus regaños Gracias por ser más
que mi hermana mi mejor amiga.

A Alberto

por tu cariño, por tu apoyo
y por todo lo que hemos
vivido el último año Gracias.

In Memoriam a Gregorio Rosas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**"RESOLUCIONES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
Y SU ALCANCE JURIDICO"**

INTRODUCCIÓN..... I

**1.- HISTORIOGRAFÍA DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL
CONSUMIDOR**

- A) Necesidad de crear un órgano con un procedimiento sencillo..... 1
- B) Proceso de creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor... 11
- C) Creación y nacimiento material de la Procuraduría Federal del
Consumidor..... 18

**2.- PRINCIPIOS GENERALES Y BÁSICOS DE LA PROCURADURIA
FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

- A) Competencia (Dogmático y Práctico)..... 23
- B) Consumidor (Dogmático y Práctico)..... 30
- C) Derechos Básicos del Consumidor..... 38
- D) Procedimiento..... 49
- E) Proveedor..... 56
- F) Momento de materialización y formalización de la relación
entre los dos sujetos anteriores..... 58
- G) Consumo (Práctico y Dogmático desde el punto de vista
de las leyes económicas y publicitarias)..... 61
- Medios de comunicación (prensa, radio, televisión etc) y consumo..... 75

3.- NORMATIVIDAD JURIDICA

- A) Constitucionalidad..... 85
- B) Creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor
formal y materialmente..... 89



C) Procuraduría Federal del Consumidor desde el punto
de vista del Poder Judicial respecto de su competencia..... 102

D) Crítica de la competencia de la Procuraduría Federal
del Consumidor..... 105

4. RESOLUCIONES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR Y SU ALCANCE JURIDICO.

A) Análisis del Procedimiento Conciliatorio..... 109

B) Análisis del Procedimiento Arbitral..... 113

C) Análisis del Procedimiento por Infracciones a la Ley..... 119

D) Resoluciones de la procuraduría Federal del Consumidor y
su alcance jurídico..... 121

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

La protección al consumidor comprende la de su seguridad en el mercado, la de su información y la de su educación, así como el fomento o creación de agrupaciones e instituciones que lo defiendan. Lo que en México se busca es cumplir principalmente a través de la Ley de Protección al Consumidor creada en 1975, cuando comienza a surgir el concepto de consumidor como ente social con características propias se puso énfasis en todo lo que se refería a las necesidades básicas de protección a la vida, seguridad y calidad principalmente en lo que se refiere a los alimentos y medicamentos y con esto nacen los problemas al no cumplir con las exigencias especialmente en la salud y con ello la preocupación del Estado en dar una atención primaria a todos estos problemas.

Aunque actualmente y si bien es cierto que los temas señalados siguen siendo de vital importancia en todo el mundo y especialmente para los países en desarrollo y aunque el consumidor es una categoría social de creación relativamente reciente, como tales nos relacionamos de una manera muy especial y diferente con el sistema de desarrollo económico siendo al mismo tiempo productores, trabajadores o simples ciudadanos sin embargo no es así de sencillo ya que tenemos el derecho a consumir, derecho que es inherente al ser humano como lo es la vida o la libertad, así mismo contamos con el derecho a decidir cuando consumir o dejar de hacerlo sin presiones de tipo psicológico o social que ejercen sobre nosotros principalmente los medios masivos de comunicación.



Así los bienes y servicios que al consumirse se vuelven medios de integración social y empiezan a aparecer como prioritarios, marcando con ello las condiciones que deben imperar en los mercados igual que la realidad misma, tanto los productos como los mercados sufren un cambio constante se crean nuevos productos, surgen nuevas formas de comercialización llegando cada vez a más consumidores, se buscan nuevas técnicas de contratación y de pago para facilitar más cada una de las actividades del consumidor.

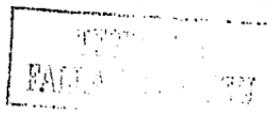
En tales circunstancias la mayoría de las disposiciones legales así como las instituciones se ven sobrepasadas y quedan obsoletas por lo que surge la necesidad imperante de los consumidores de participar ya sea de manera organizada o como sociedad presentando a las autoridades las necesidades con las que cuentan para que se hagan los ajustes necesarios que las nuevas situaciones exigen y se trate de evitar el rezago.

La vida de las personas no está dividida en departamentos según el tipo de actividad que está realizando es por ello que la construcción de condiciones democráticas de convivencia en las relaciones de consumo, equilibrio y transparencia contribuye a la creación de una sociedad más civilizada y a la búsqueda de una mayor calidad de vida teniendo que contar para ello con sistemas de consumo de un nivel avanzado pero sobretodo con un nivel de conciencia y cultura en el consumo.

Estas son las razones que nos llevaron a elaborar en Tesis profesional el trabajo de investigación titulado **LAS RESOLUCIONES DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR Y SU ALCANCE JURÍDICO**, tema que para su estudio lo hemos estructurado en cuatro capítulos específicos los cuales cada uno fue escogido con el ánimo de hacer hincapié en determinadas cuestiones de tipo jurídico que como Abogados debemos conocer tratando de equilibrar, proyectar y construir una sociedad más justa así como lograr que las relaciones de consumo y mercado sean más productivas y sanas.

Así tenemos que el primer capítulo se refiere a la Historia de dicha institución contemplado desde su nacimiento como necesidad de existencia de un organismo protector de los consumidores, la creación de la Ley o Reglamento que regulará a dicho organismo, hasta la creación material y trabajo actual de la Procuraduría Federal del Consumidor, así como las expectativas socio-económicas del país y de la realidad que esta viviendo la sociedad de consumo y con la cual la Procuraduría como organismo aún vigente tiene un campo amplio de trabajo por lo que podríamos decir que la Procuraduría aún no ha terminado de establecer su historia.

El desarrollo del segundo capítulo se refiere a los conceptos generales y básicos que deben considerarse y tenerse en conocimiento algunos de ellos analizados desde el punto de vista legal para actuar ante la Procuraduría, en otras ocasiones la importancia o influencia que algunos de ellos tienen en el desarrollo económico de los países tanto los que se consideran con una economía desarrollada así

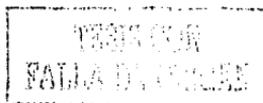


como los que se consideran en desarrollo, considerando la influencia que los medios de comunicación y la publicidad dentro de ellos, causan en nuestra cultura de consumo.

El tercer capítulo se refiere a la regulación y la justificación legal de la Procuraduría Federal del Consumidor, así como diversos criterios que ha emitido el Poder Judicial Federal respecto la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor.

En el cuarto capítulo se analizará cada uno de los procedimientos que el consumidor puede tramitar ante la Procuraduría Federal del Consumidor una vez que se ha visto afectado en alguno de los derechos que como consumidores contamos, así mismo también se realizará el estudio de cada una de las resoluciones que emite la Procuraduría y hasta donde pueden dichas resoluciones afectar al consumidor, al proveedor o a la sociedad en general.

Para el desarrollo de esta investigación nos hemos basado en un método totalmente científico tomando en consideración las partes en que este se divide y los pasos que se tienen que seguir para lograr un fin satisfactorio, en cuanto hace a los contenidos vertidos por la teoría, la legislación y la jurisprudencia. En relación con las técnicas utilizamos la investigación de tipo documental la cual nos dio la base de toda la investigación.



**1.- HISTORIOGRAFÍA DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL
CONSUMIDOR**

- A) Necesidad de crear un órgano con un procedimiento sencillo**
- B) Proceso de creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor...**
- C) Creación y nacimiento material de la Procuraduría Federal del Consumidor**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1.- HISTORIOGRAFIA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

A) NECESIDAD DE CREAR UN ÓRGANO CON UN PROCEDIMIENTO SENCILLO.

Los derechos de los consumidores han estado presentes en los principios básicos de las legislaciones de muchos países lo que ha permitido mantener relaciones comerciales cada vez más especializadas y en las cuales se les han dado una importancia trascendental a la posición que guarda el consumidor y a la forma de protegerlo ante situaciones adversas.

En 1919 la creación de la Sociedad de Naciones es el primer antecedente que refleja la preocupación de la comunidad internacional por unificarse con la finalidad de resolver los problemas generales que en esa época se enfrentaban, durante algún tiempo se trabajó en informe pero estos esfuerzos no fueron más allá de un simple proyecto que de alguna manera recogió la Organización de las Naciones Unidas y como es sabido una de sus finalidades es proteger los derechos del consumidor a través de sus organismos, ya que dicha protección se relaciona en muchos aspectos a los esfuerzos más intensos que realiza la comunidad internacional para lograr acelerar el crecimiento económico de los países en desarrollo y fomentar el bienestar social de sus pueblos.

La regulación de las relaciones de consumo existe en nuestro país desde la época prehispánica. Igualmente estuvieron presentes en el México Colonial, mediante normas que protegían al consumidor español de aquella época y que tenían su

origen en los estatutos de los gremios de los artesanos y en las corporaciones comerciales. Ahora bien el antecedente jurídico-económico más próximo a nosotros es el modelo liberal. En el aspecto económico su nota esencial es la libre ley de la oferta y la demanda.

En el ámbito jurídico esto se tradujo en hacer de los contratos ley entre las partes, en la libre disposición de los bienes y servicios y finalmente en una serie de responsabilidades o sanciones para los casos de conflicto, pero siempre sobre la base de que la voluntad de las partes es la norma que rige sus relaciones.

A partir de la postguerra, se fue consolidando el sistema de economía mixta que prevalece actualmente en el país, incrementándose la promoción de la actividad económica. Ello provocó que por casi treinta años. Hubiera una elevada tasa de crecimiento en la producción de bienes y servicios.

Durante ese período, los precios y los salarios no crecían más allá de dos o tres por ciento anualmente. A partir del período de 1973-1974 concluida la etapa del desarrollo estabilizador se inició un acelerado crecimiento en los precios y en la fijación de los salarios mínimos legales, que hasta entonces se efectuaba con una periodicidad bianual, así se empezó a sufrir fijaciones extraordinarias, además de reducirse a un año el período de revisión salarial.

En los primeros años de la década de los setenta, surgió en México, como consecuencia de los cambios económicos que se estaban viviendo, la idea de

instrumentar una serie de políticas que protegieran el ejercicio del salario, evitando las prácticas desleales del comercio (especulación, acaparamiento, etc) que afectaran los ingresos de la familia trabajadora.

Las circunstancias ameritaban una iniciativa del Gobierno Federal que regulara la actividad de la economía y que respondiera a las necesidades de los grupos sociales más desprotegidos. Con este propósito se promovió la creación de la legislación respectiva y las instituciones encargadas de hacerla cumplir, a través de la facultad que tiene el Ejecutivo Federal para reglamentar la oferta de bienes y servicios se buscó garantizar un equilibrio de los intereses del consumidor, con respecto al poder representado por los proveedores de bienes y servicios. De este modo se enmarca la protección al consumidor dentro del derecho social, por lo que la protección al consumidor se ha constituido desde hace varios años en un instrumento esencial de la política social del gobierno mexicano.

Históricamente la Procuraduría del Consumidor es una derivación del ombudsman sueco-filandés (Ronald Rowart), que ejercía las funciones de representante de los ciudadanos afectados por actos de los funcionarios públicos cometidos en exceso de sus facultades. Ombudsman se refiere a una persona que actúa como vocero o representante de otra, como lo que realiza el Justice ombudsman en el Parlamento Sueco, a favor de los ciudadanos. no nace así el ombudsman, como institución exclusivamente protectora de los consumidores, sino de los ciudadanos en general. En cambio en el sistema anglosajón el consumer ombudsman si realiza un papel específico de velar por los intereses de los consumidores.

A veces se piensa que el ombudsman es una institución básicamente anglosajona, inútil en los países del jus civile, que gozan de un sistema desarrollado de derecho administrativo. Ciertamente la figura se ha difundido con mayor rapidez en los países del common law, sin embargo se originó en un país del jus civile (Suecia) y muchas otras naciones la han acogido, como Francia que la adoptó en 1973, bajo la denominación de la *mediateur*¹.

La tarea más importante que se atribuyó al cargo creado en 1713 y ejercido por el Procurador supremo era la de supervisar el cumplimiento de las leyes y reglamentos, cuidando que los servidores públicos desempeñasen su trabajo adecuadamente.

Aunque el verdadero nacimiento de protección al consumidor es reciente, se podría decir que cobra importancia en la segunda mitad de este siglo, específicamente en el año de 1962 cuando el Presidente John Fitzgerald Kennedy, envió un mensaje al Congreso de los Estados Unidos de Norte América, en el que declaró "por definición los consumidores nos incluye a todos. Somos el mayor número económico que afecta y es afectado por casi toda decisión económica, pública o privada. Somos sin embargo el grupo importante cuyas opiniones a menudo no son oídas"² y destacó la existencia del derecho de los consumidores, dentro del ámbito general de la justicia, además de que el dinero se genera con la producción y se liquida con el consumo.

¹ LERDO DE TEJADA Fernando, *El Consumo al Final del Milenio*, Ed. Procuraduría Federal del Consumidor, México 1 997. pág. 38
² *Ibidem* pág 75

El 5 de febrero de 1976 entra en vigor la Ley Federal de Protección al Consumidor (LPC) y con esta acción se enriquece el conjunto de derechos sociales del pueblo mexicano, en virtud de que por primera vez se establecen derechos para la población consumidora y se cuenta con un organismo especializado en la procuración de justicia en la esfera del consumo. Dicha ley creó dos organismos: El Instituto Nacional del Consumidor (INCO) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), esta última con carácter de organismo descentralizado de servicio social, personalidad jurídica y patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa, encargada de promover y proteger los intereses del público consumidor y, por consiguiente, la instauración en la ciudad de México de las oficinas centrales de PROFECO.

Desde el momento de creación de la LPC, el Gobierno de la República ha dado a la defensa de los consumidores una gran importancia y principalmente en los últimos años en la cual el país se encuentra afectado por la crisis económica lo que ha hecho que los mexicanos hayan asumido una actitud diferente respecto a los fenómenos del consumo teniendo un sentido más agudo respecto a nuestros derechos como consumidores así como conocer con mayor exactitud los preceptos de la materia y buscar que sé de un cabal cumplimiento a los compromisos entre proveedores y consumidores, otra actitud que se ha visualizado en la última década es la búsqueda más intensa de mejores precios y condiciones que permitan aprovechar mejor las oportunidades que ofrece el mercado lo que ha llevado a que los consumidores sean más exigentes y cuidadosos con su gasto y la calidad de los artículos en una frase son más

críticos, en virtud de lo anterior PROFECO debe evolucionar al ritmo del cambio social para no verse rezagada y dentro de estos cambios se encuentra el desarrollo integral de proyectos que se renueva con vigor y empeño, además como institución también debe cumplir con ciertas obligaciones que permitan al consumidor obtener mejores resultados y mayor protección a sus derechos dentro de ello encontramos específicamente la exacta observancia de las NOM's además de atender y buscar nuevas formas de comercialización, sin embargo no solo es un órgano de autoridad sino también un órgano de entendimiento y conciliación en los casos de controversia lo cual se ve reflejado en las más de ocho mil personas que sean atendidas diariamente en la Procuraduría de las cuales aproximadamente un 89.6% han obtenido una respuesta favorable, además funciones como autoridad cabe destacar la importante labor que PROFECO realiza en materia de información al consumidor y su familia y como instancia conciliadora sin desprestigiar al consumidor PROFECO no ve a la industria y el comercio como los adversarios a vencer sino por el contrario busca promover una cultura de consumo diferente la cual beneficie al consumidor para que la industria y el comercio sean instrumentos importantes en el mejoramiento de los actos de consumo, sin perder la visión de su principal objetivo que es el servir más y mejor a los mexicanos.

La legislación en materia de consumo y la experiencia de la PROFECO y el INCO, colocaron a México a la vanguardia en el campo de protección al consumidor y más aún con una referencia obligada para muchos países de América Latina, con la modernización de la vida nacional trajo consigo la necesidad de establecer un

nuevo tipo de relaciones entre el Estado y la sociedad, así mismo México no ha ido ajeno a la influencia de los acontecimientos que afectan al mundo, además de las tendencias de apertura de las economías en uso cada vez más recurrente y especializado de los medios de comunicación y la aplicación de los avances científicos y tecnológicos en el quehacer productivo y los procesos de globalización, los cuales tienen un impacto directo sobre la vida nacional, por otra parte la perspectiva de establecer un libre comercio con América del Norte , exigió la introducción de patrones y normas de eficiencia y calidad al más alto nivel internacional.

Ante este panorama surgió la necesidad de contar con dos organismos para atender las necesidades de los consumidores, la PROFECO a poco de más de 20 años de su creación se ha convertido en un peligro de duplicación de instancias administrativas que dificultaba al Estado la posibilidad de solucionar los requerimientos de la población consumidora, por lo que el gobierno mexicano decidió fusionar ambas instituciones en una nueva PROFECO, con el propósito de perfeccionar las instancias y mecanismos que informan, orientan y protegen al consumidor, al incorporar prácticas modernas antes no utilizadas, ni contempladas y si existían se encontraban reguladas en forma parcial.

En el año de 1960 se funda la Organización Internacional de Consumidores (IOCU) por sus siglas en inglés por cinco uniones de consumidores de Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Bélgica y Holanda el cual es actualmente el centro mundial para asuntos del consumidor, esta organización es privada,

independiente, sin carácter político, lucrativo, ni comercial. Centra sus actividades de más de 200 organizaciones aproximadamente en 80 países. Como resultado de los resoluciones del XIV congreso Mundial celebrado en Montpellier, Francia, en septiembre de 1994 IOCU inició las consultas entre sus miembros. Con el fin de rendir sus principios, valores, y estrategias así como para modificar su denominación que a partir de 1995, es Consumers Internacional (CI)

En el ámbito mundial CI esta representada y colabora en agencias tales como el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Internacional de Normalización (ISO) y el Comité de Protección al Consumidor del Consejo de Europa.

En 1975 durante su congreso Mundial en Sidney, Australia IOCU promulgó una resolución exhortando al Secretario General de las Naciones Unidas a emitir un reporte especial sobre el estado de protección al consumidor en los países miembros y que la Asamblea General recomendase la adopción de un Código modelo de Protección al Consumidor.

En el período comprendido de 1975 a 1981, el Secretario de la ONU emitió diferentes reportes, los cuales fueron discutidos en reuniones del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC); en el año de 1982 fue presentado un bosquejo preliminar que contenía la carta constitutiva de los

derechos del consumidor o directrices de las Naciones Unidas sobre protección al consumidor, el cual es el título oficial el que se hizo llegar a los países miembros para que hicieran sus comentarios respecto al proyecto, en 1983 IOCU hizo la publicación de sus propios comentarios al respecto.

Con fecha de 9 de abril de 1985, en el documento A/RES/39/248 fueron aprobadas las directrices para la protección al consumidor, las cuales proporcionaron a los gobiernos, particularmente a los países en desarrollo un marco para la elaboración y fortalecimiento de la legislación y las políticas de protección al Consumidor, al tiempo que promueven la cooperación internacional en este ámbito.³

Definitivamente el siglo XX marco el apogeo de los temas consumo y consumidor por la importancia que ambos tienen debido a que en las últimas décadas se cristalizan los procesos industriales en masa que han puesto al alcance de más personas miles de productos que antes solo llegaban a las clases sociales o a quienes tenían el poder adquisitivo, así mismo y con el desarrollo de los medios de comunicación masiva los cuales facilitan enormemente la difusión de mensajes publicitarios lo que ha dado como resultado una sociedad de consumo a lo cual nadie escapamos porque de alguna manera todos somos participantes ya que al llegar un nuevo producto al mercado, buscamos probar su efectividad en otra palabra "yo lo quiero" y en unas cuantas ocasiones y con excepción

³ Idem

racionalizamos nuestros actos de consumo, por lo que se ha hecho necesario que la protección al consumidor valla teniendo cambios que deben ser positivos pero siempre basada en los mínimos requeridos a nivel mundial.

De tal manera que no podemos dejar de pensar en que estos cambios deben de ayudar tanto a la economía personal del consumidor como a la economía de una nación porque en la medida que se tenga una cultura de consumo y se manifieste en todos los aspectos de la vida de los consumidores la economía se beneficiara de gran manera.

B) PROCESO DE CREACION DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN CONSUMIDOR

La culminación de esfuerzos realizados se plasmó en diciembre de 1975 con emisión de la Ley Federal de Protección al consumidor. Esta Ley es el instrumento legal con el que se procura proporcionar a la población los medios necesarios para evitar abusos por parte de los productores, comerciantes o prestadores de servicios, regulando las relaciones que se dan entre ellos en función del consumo. Las disposiciones de la Ley son de orden público e interés social y además son irrenunciables para los consumidores. Son igualmente de observancia obligatoria para los comerciantes, industriales prestadores de servicios y empresas del sector público que desarrollan actividades de producción distribución o comercialización de bienes y servicios a consumidores. La ley constituye de hecho un instrumento fundamental para corregir prácticas consumistas y controlar o regular las relaciones entre quien compra y quien vende. Cabe señalar que algunos preceptos se encontraban dispersos en las legislaciones civil y mercantil sin embargo con ella se les dio unidad, orden y por supuesto como toda ley sufre las modificaciones necesarias cuando las contingencias que sufre el consumo así lo exigen.

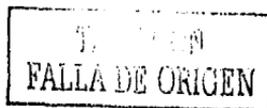
Desde su entrada en vigor el 5 de febrero de 1976, es decir, nueve años antes de que fuesen aprobadas las Directrices para la Protección del Consumidor, la LFPC ha sufrido reformas buscando adecuarse en todo momento, adecuarse a la realidad del país y responder a los reclamos y necesidades de la sociedad. Pero También ha mantenido coherencia con el espíritu de las Directrices para la

TESIS DE
FALLA DE ORIGEN

Protección del Consumidor, desde que estas últimas se aprobaron las funciones de PROFECO se han orientado a la protección, asesoría y representación de la población consumidora, conciliación y arbitraje, en los casos en que surgen diferencias entre consumidores y proveedores incluyendo en este rubro a los prestadores de servicios.

La experiencia adquirida desde su creación, a través del contacto permanente y directo con los consumidores, evidenció el hecho de que la LPC contenía algunas omisiones e imprecisiones en su articulado y proporcionaba facultades insuficientes a la institución para velar por la cabal observancia y cumplimiento de los preceptos de la propia ley, con motivo de ello se han realizado diversas reformas a la misma.

El 7 de enero de 1982 es adicionado el artículo 29 bis con el que se permite a la Procuraduría la regulación de los sistemas de comercialización utilizados en el mercado nacional, posteriormente el 7 de febrero de 1985 se modifican y adicionan diversos artículos con relación a: Competencia, naturaleza jurídica, atribuciones de PROFECO, definiciones y denominaciones, información de bienes y servicios, facultades de la Secretaría de Comercio Y Fomento Industrial (SECOFI), información comercial que ostenta productos o etiquetas, ventas al consumidor, promociones, ofertas, atribuciones del Procurador Federal del Consumidor entre otras.



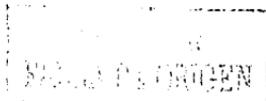
Complementariamente el 12 de enero de 1988 son publicadas algunas reformas y adiciones al Código de Procedimientos Civiles para el Distrito, Federal (CPC) y la propia LFPC.

Por último el 4 de enero de 1989 son adicionados a la ley algunos artículos que confieren atribuciones y facultades sancionadoras a la Procuraduría, así como denuncias por violación de precios.

Por acuerdo del C. Procurador Federal del Consumidor del 8 de febrero de 1989, se delegan facultades en materia de inspección y sanciones, creándose la Subprocuraduría de Inspección y Vigilancia, encargada de llevar a cabo dichas tareas, conforme a las atribuciones de la LPC en materia de tarifas y precios acordados, establecidos o autorizados por la SECOFI.

El 6 de febrero de 1991 es publicado el Reglamento del Capítulo octavo de LFPC, a efecto de que se establecieran las bases de organización y funcionamiento de PROFECO, y en consecuencia, se fortalecieran los mecanismos de defensa de los derechos e intereses de la población consumidora en general.

Asimismo, para que las unidades administrativas de la Procuraduría condujeran sus actividades en forma programada con base en la políticas derivadas de la planeación nacional, resultaba indispensable definir un proceso de adscripción orgánica, que permitiera, además de facilitar a la población el acceso a los servicios que se prestaban, alcanzar una mejor organización y distribución del trabajo dentro del ámbito de competencia, por lo que el 7 de febrero de 1991 se



realizó la adscripción oficial de las unidades administrativas de PROFECO para el adecuado ejercicio de las atribuciones y el despacho de los asuntos a su cargo.

Es hasta 1992 cuando se realiza un cambio sustancial en materia de protección a los consumidores mediante una nueva ley publicada el 24 de diciembre del mismo año, ya que debido a la modernización de la vida nacional trajo consigo la necesidad de establecer nuevos mecanismos y debido a la dinámica de los cambios conduce a una mayor participación ciudadana en las tareas del gobierno. De aquí surge la necesidad de crear canales permanentes de comunicación entre las instituciones y la sociedad se convirtiera en una preocupación de mayor importancia.⁴

Ya que de acuerdo con los cambios que hemos experimentado, se ha hecho evidente que las relaciones entre las naciones muestran una mayor interdependencia para lograr una mayor y mejor comprensión de los problemas que se viven a nivel mundial por lo que se requiere de nuevos instrumentos y métodos de aproximación a la realidad, que permitan apreciar el contexto general de nuestro país, atendiendo primordialmente a sus condiciones concretas, México no ha sido ajeno a la influencia de los acontecimientos que sacuden al mundo. A las tendencias a favor de la apertura de las economías, cuyas consecuencias no se pueden conocer aún con detalles precisos y mucho menos a profundidad. De lo que se desprende que la inserción de México debe realizarse atendiendo de manera simultánea viejos rezagos estructurales y los desafíos que la realidad

4.-Salinas de Gortari Carlos, Iniciativa de Ley para Reformar la Ley de Protección al Consumidor México 1992.



actual plantea, debido a que la nueva realidad mexicana exige a los organismos públicos actitudes que permitan al conjunto social participar de manera permanente y responsable en las tareas y metas que plantee el gobierno, por lo que con la iniciativa hecha en 1992 se inscribe un marco de derecho social, por lo que el Estado esta obligado a modificar su propio marco jurídico a fin de dotar sus instituciones de facultades que las coloquen en posibilidades de integrarse en una sociedad y en realidades internas e internacionales que puedan ser previstas con exactitud.

Con el proyecto de ley presentado por Carlos Salinas de Gortari en 1992 se buscó racionalizar las funciones de la Procuraduría en un solo organismo, fusionando al extinto INCO en PROFECO, permitiendo con ello la atención integral de funciones como: orientación y asesoría; recepción, trámite y conciliación de quejas y denuncias; emisión de resoluciones administrativas; registro de contratos de adhesión; protección técnico-jurídica a los consumidores; verificación y vigilancia de Normas Oficiales Mexicanas NOM's, pesas y medidas, instructivos y garantías, así como precios autorizados, establecidos y/o concertados con la SECOFI; acciones de grupo; facultades para ordenar la realización de publicidad correctiva; información y orientación a los consumidores, a través de los diversos medios de comunicación, como impresos, radio y televisión; contribuir a elevar la cultura de consumo de la población y mejorar sus hábitos de adquisición, con lo cual se logra un avance en su contenido, además de seguir guardando congruencia con las disposiciones en materias afines.

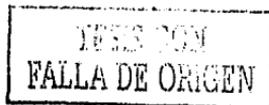
TRABAJO
FALLA DE ORIGEN

El 5 de agosto de 1994, la LFPC vuelve a ser objeto de ajuste al adicionarse diversas disposiciones; se reforma la Procuraduría, haciéndose necesario que las delegaciones dispusieran de facultades amplias y suficientes para dar atención expedita a los programas de trabajo desconcentrados, lo cual fue posible mediante la publicación en el Diario Oficial de la Federación del 2 de mayo de 1994, del acuerdo por el que se delega en los titulares de las delegaciones de la PROFECO las atribuciones correspondientes, sin embargo dicho acuerdo delegatorio, así como el Reglamento del capítulo octavo de la LPC del 6 de febrero de 1991, quedaron sin efecto con las publicaciones en el Diario Oficial del 23 y 24 de agosto de 1994, del reglamento y del estatuto orgánico de PROFECO respectivamente, instrumentos jurídicos administrativos que hoy en día respaldan el funcionamiento operativo de la Institución.⁵

De tal forma que actualmente México ocupa el segundo lugar entre los países latinoamericanos que expidieron una Ley Federal de Protección al Consumidor y el primero en crear una Procuraduría, por lo que la experiencia mexicana resulta importante, especialmente para aquellos países que empiezan a trabajar en la protección de los derechos de los consumidores.

Por ello en el momento en que empieza a surgir la legislación de Protección al Consumidor no solo a nivel nacional sino en todo el mundo se empieza a formar un molde propio como ente social que tuviera características propias pero que se adecuará a la protección de los principios básicos de la vida, sin embargo

⁵ Diario Oficial de la Federación México 24 de Agosto de 1994.o



actualmente existe otro tipo de temas que deben recibir una mayor atención y por ello es que alas legislaciones en materia de protección al consumidor deben cambiar además de que como tales deben garantizar su exacta aplicación, buscando adecuarse a los momentos que la sociedad esta viviendo, ya que es muy cierto que cada generación vive cambios significativos y si nos detenemos a pensar un poco los cambios a veces van más a prisa que nosotros, ya que actualmente se vive en un mercado global de industrialización y poder, debido a que no podemos continuar con la antigua regla de (que el comprador se cuida) ya que es inadecuada porque no proporciona el máximo de satisfacción a los consumidores debido a que si las fuerzas del libre mercado no fuesen controladas a través de una legislación determinada o la influencia de los gobiernos se provocaría que cada fabricante, proveedor o prestador de servicios se guiara únicamente por su libre conciencia y se dejaría en un total estado de indefensión a los consumidores que estaríamos a la merced de los primeros.

TESIS CON
FALLA DE ORDEN

C) CREACION MATERIAL DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

A partir de la creación de la LPFC se puso en marcha el programa de desconcentración territorial con la instauración de tres representaciones federales: Puebla, Monterrey, Guadalajara y posteriormente la representación de Tlaxcala.

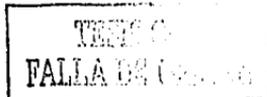
En 1982 la institución ya contaba con 322 oficinas en las principales ciudades del país, que atendían las demandas de los consumidores.

En base al Estatuto Orgánico de la Procuraduría, publicado el 24 de agosto de 1994 en el Diario Oficial de la Federación, cuya finalidad es regular la adscripción y organización de las unidades administrativas de PROFECO, trataremos de analizar a grandes rasgos la estructura material y humana con la que cuenta cada una de las unidades que la componen:

- A) Procurador el cual tiene un carácter federal y representativo;
- B) Subprocuraduría de Servicios al Consumidor a la que se encuentran adscritas las Direcciones Generales de Quejas y Conciliación y arbitraje y resoluciones y de Organización de Consumidores.
- C) Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia están asignadas las direcciones Generales Jurídica y Consultiva y de lo Contencioso y de Recursos

- D) **Coordinación General de Investigación y Divulgación** la cual tiene asigna cuatro coordinaciones : de Investigación, de Publicaciones, de Radio y Televisión y de educación para el consumo.
- E) **Coordinación General de Administración** la cual tiene a su cargo las Direcciones Generales de programación, Organización y Presupuesto y de Recursos Humanos y Materiales.

Las unidades de Programas del Sector Social, de Comunicación Social, la Contraloría Interna y la Dirección General de Coordinación de Delegaciones las cuales estan adscritas directamente al Procurador, de las cuales las delegaciones ejercen sus funciones en forma desconcentrada y dependen directamente del Procurador el cual se auxilia de la Dirección General de Coordinaciones de Delegaciones.



Todas las unidades administrativas de PROFECO, conducen sus actividades en forma programada y en base en los objetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo Social y de los programas a cargo del Organismo que determine el Ejecutivo Federal, la SECOFI o el Procurador.

Actualmente PROFECO cuenta con la infraestructura material y humana para brindar servicios óptimos y respuesta oportuna las demandas de la población, ofreciendo diversos servicios:

- A) **Servicios telefónicos de orientación, asesoría y Denuncias**, el cual cuenta con una línea par atender llamadas del D.F. y zona conurbada (5568-8722) y un

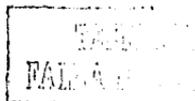
servicio gratuito de larga distancia (01800-903-1300) para atender llamadas de toda la república, además de contar con dos servicios de nueva creación la línea de fax que funciona las 24 horas del día, los 365 días del año y lo más reciente la dirección en Internet <http://www.profeco.gob.mx/>),

- B) atención personal de quejas y denuncias las cuales pueden presentarse a través de las diferentes formas que la PROFECO ha establecido para ello.

- C) Módulos de PROFECO de atención al público los cuales se establecen en temporadas de mayor consumo como lo es: Cuaresma, vacaciones, inicio del ciclo escolar y fin de año, entre otras los cuales se instalan en lugares estratégicos y proporcionan información de diversa índole dependiendo de la época, también se brinda en estos módulos información jurídica, se reciben denuncias y se distribuyen materiales informativos y educativos elaborados por la Procuraduría.

Programas de radio y televisión las cuales se implementaron con el fin de ampliar las posibilidades de información y orientación al público, PROFECO produce programas de radio y televisión que se transmiten en canales y estaciones de todo el país.

Revista del Consumidor la cual se edita mensualmente y es de circulación nacional, la cual contiene normalmente 10 secciones además de insertar en sus páginas un Reporte Especial con los resultados de los estudios de calidad que se



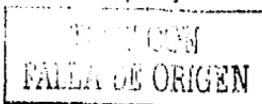
realizan en los laboratorios de pruebas y Análisis para el Consumo, sobre diferentes productos y bienes de consumo generalizado.

Folletos, volantes y carteles de forma permanente, PROFECO edita materiales de orientación sobre derechos del consumidor e información para el mejor aprovechamiento de los recursos familiares, los cuales son distribuidos a través de las delegaciones, módulos y áreas de atención al público con la que cuenta PROFECO.

Primeramano la cual se publica todos los martes y viernes y proporciona al consumidor información sobre una amplia variedad de diversos productos básicos, medicamentos o electrodomésticos que se comercializan en distintos establecimientos.

Organización de Consumidores las cuales se integran en un grupo de vecinos para dar a conocer y difundir ampliamente la LPC, y orientar a la comunidad.

Todas estas formas de comunicación de la Procuraduría con los consumidores demuestran que dicha institución tiene una preocupación y un motivo importante por tiene una preocupación y un motivo importante que es el servir mejor a cada consumidor y ayudarlo a que su ingreso sea mejor utilizado y su gasto racionalizado y de esta forma obtenga mejores resultados en todos los aspectos y con las organizaciones de consumidores la PROFECO busca acercarse cada vez más a la población con la finalidad de establecer un nexo que ayude a los



consumidores y los orienta para poder recibir y presentar sus quejas y ayudarlos a que obtengan una mayor y pronta solución, ya que en muchas ocasiones los consumidores no nos interesamos por conocer los derechos que, como tales tenemos y en ocasiones por el desconocimiento de estos preferimos quedarnos con un servicio deficiente, o malo y en muchas otras ocasiones preferimos revisar revistas o programas televisivos comerciales lo que nos convierte en consumistas de los medios de comunicación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**2.- PRINCIPIOS GENERALES Y BÁSICOS DE LA PROCURADURIA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR**

A) Competencia (Dogmático y Práctico)

B) Consumidor (Dogmático y Práctico)

C) Derechos Básicos del Consumidor

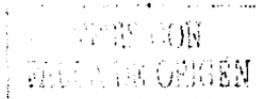
D) Procedimiento

E) Proveedor

**F) Momento de materialización y formalización de la relación entre los dos
sujetos anteriores**

**G) Consumo (Práctico y Dogmático desde el punto de vista de las leyes
económicas y publicitarias)**

H) Medios de comunicación (prensa, radio, televisión etc) y consumo



2.- PRINCIPIOS GENERALES Y BÁSICOS DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

A. COMPETENCIA

competencia encuentra su raíz etimológica en las voces latinas *competentia*, *competens*, *entis*, relación proposición aptitud, apto, competente conveniencia.

En castellano se usan como sinónimos los vocablos: aptitud, habilidad capacidad, suficiencia disposición.

En un sentido jurídico general se alude a una idoneidad atribuida a un órgano de autoridad para conocer o llevar a cabo determinadas funciones o actos jurídicos. Recordando que el artículo 16 de Nuestra Carta Magna dispone "Nadie puede ser molestado.... sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente"...

Sin embargo y analizando el término en un sentido más técnico y especializado del derecho judicial y del derecho procesal, o mejor aún de lo que conocemos como la teoría general del proceso cabría hacer la reflexión de que esta denominación reiterativa sólo se justifique en un afán didáctico de recalcar lo general de una teoría, por lo tanto se considera que la figura de la competencia debe entenderse en un sentido más restringido que el ya mencionado, excluyendo de ella a los órganos legislativo, individuales o ideales que tienen jurisdicción.

Competencia son las limitaciones legales que mejor respondan a las necesidades públicas fijando a cada órgano jurisdiccional un número tasado de facultades para poder desenvolverse jurídicamente.



Competencia "Es el conjunto de facultades previstas en la ley regladas en forma expresa, así como otras facultades que se desprenden lógicamente de las anteriores, y que incumben en desarrollar a un órgano estatal, y en razón de que al frente de cada órgano del Estado hay una o varias personas físicas a través de las cuales se manifiesta la voluntad estatal,

"Es el conjunto de las causas (procesos y procedimientos) en que puede ejercer según la ley, jurisdicción los órganos del Estado, es decir sus facultades consideradas dentro de los límites que le son conferidas"⁶

La competencia ha sido definida por Boncenne "como la medida del poder del juez"⁷

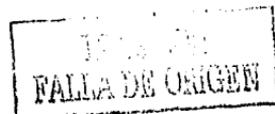
La competencia es en realidad, la medida del poder o facultad otorgada a un órgano jurisdiccional para entender de un determinado asunto.

En otros términos se puede decir que la competencia es aquella parte de la potestad jurisdiccional que esta legalmente atribuida a un órgano judicial determinado frente a una cuestión también determinada.

"Es la aptitud genérica de administrar justicia, con los poderes de documentación, decisión, coerción siempre que la concreta controversia que ha de resolver corresponda a la competencia que por ley tiene asignada según el fuero a que

⁶ Cortes Figueroa Carlos, Introducción a la teoría General del Proceso, ed. Octava Ed. Porrúa. México 1996 PAG 122-123

⁷ De pina Rafael, Instituciones de Derecho Procesal Civil, ed. Vigésima Tercera Ed. Porrúa. México 1997 pág 87



pertenece. La competencia es por lo tanto, la aptitud legal de ejercer jurisdicción en una causa concreta y determinada.⁸

La figura de la competencia debe entenderse en un sentido más restringido que el de jurisdicción, excluyendo de ella a los órganos legislativo y ejecutivo y a las personas particulares, individuales o ideales que tienen jurisdicción.

Generalmente y por razones prácticas la competencia se ha organizado en diversos criterios:

- A) Materia este criterio de la distribución del que hacer de impartición de la justicia toma en consideración la creciente necesidad de conocimientos especializados, respecto de las normas sustantivas que tutelan los intereses jurídicos involucrados en el objeto del litigio; de esta forma encontramos órganos que conocen materia civil, familiar, administrativa, constitucional, laboral agraria, etc.
- B) Territorio entendido desde la óptica jurídica por nuestro artículo 42 Constitucional. Además de este ámbito espacial, en cuya esfera de acción se producen los actos y sus causas jurídicas debe tomarse en cuenta el problema que plantea el ángulo de distribución territorial de la competencia de los diversos órganos judiciales; debiendo tomar en consideración especialmente la división de la competencia territorial de nuestro país donde existe una organización constitucional que establece normas de carácter federal y estatal,

⁸ De Santo Victor Derecho Procesal Práctico, ed. Quinta Ed. El Ateneo Buenos Aires 1995 pág 115-116

así como la creación en algunos sectores como el fiscal de nuevas tribunales regionales esto obedeciendo a determinados criterios jurídico-políticos.

C) Cuantía u objetiva se determina de acuerdo al valor pecuniario que pueden revestir los negocios judiciales. En este sentido tanto en el orden local como federal se regula por leyes orgánicas del Poder Judicial para el conocimiento de los pleitos de mayor o menor quantum.

Naturalmente hay problemas que no tienen traducción monetaria, en los que concretamente el legislador tiene que definir y ordenar cual es el juzgado o Tribunal competente para componerlas.

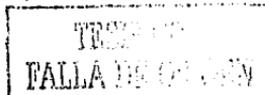
D) Grado o funcional este vocablo en su acepción hace referencia al " grado de jurisdicción " como el lugar que ocupa un órgano jurisdiccional en el orden jerárquico de la administración de justicia.

De aquí que se haya provocado dos vertientes, la primera y tal vez la que puede ocupar mayoría es la que se refiere la competencia funcional, que es aquella que se traduce en la aptitud de un órgano para conocer de los pleitos en primera -órganos inferiores- o en ulterior instancia -órganos superiores- como hasta actualmente en la práctica se utiliza.

La segunda vertiente se refiere a los criterios funcionales y de grado basados en la mayor o menor gravedad de los actos que pueden caer en la competencia de distintos órganos, "primera instancia o grado de apelación"



- E) Subjetivo esta categoría se centra en el sujeto que pide justicia, es decir se toma en consideración la condición o calidad personal de las partes involucradas en el pleito, o aquellos que les pueda afectar directamente.
- F) Prevención su aplicación se atribuye al principio de que el que es primero en tiempo es primero en derecho.
- G) Funcional este criterio se caracteriza "por la índole de la actividad deservuelta por el juez o tribunal en el proceso".
- H) Conexión terminología conocida por muchos autores como conexidad anteriormente era conocida como excepción dilatoria de previo y especial pronunciamiento. Puede haber conexión de causas y por ello se acumulan, cuando hay identidad de personas y acciones, aunque las cosas sean distintas y cuando las acciones, provengan de una misma causa se le llamará conexidad o conexión objetiva.
- I) Elección basado en la ley instrumental civil la cual señala que este fuero en el sentido de "jurisdicción especial" por lo que los justiciables hacen la selección del juzgado que ha de conocerlo y resolverlo, aunque este término en la práctica no es utilizable toda vez que la misma ley prevé la determinación de cómo deben someterse las partes a la jurisdicción de un juzgado con la aplicación de la justicia.
- J) Atípico este otro parámetro de especificación de la competencia ha sido proclamado por nuestra doctrina tomando en consideración el ordenamiento procedimental del Distrito Federal.
- K) Remisión no es una contraposición, sino que tiene lugar en los casos en que se trata de establecer una correcta capacidad subjetiva por excusa o recusación

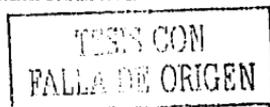


de un funcionario judicial o cuando por exceso en el número de juicios, que conoce un tribunal, la ley ordene que el exceso se distribuya entre los otros.

- L) Concurrente y Exclusiva la primera es la que tiene varios tribunales, en principio, para conocer de cierta clase de negocios, tal y como lo previene el artículo 104 de nuestra Ley Suprema (estableciendo la jurisdicción concurrente). Mientras que la segunda es la que tiene un tribunal para dirimir determinado litigio, sin que exista otro órgano que tenga igual competencia.
- M) Prorroga es la que se concede a la manifestación de la voluntad de las partes en virtud de la cual un juzgado queda habilitado para conocer de una cuestión que esta fuera de su competencia normal, de acuerdo con las normas generales relativas a la misma.⁹

Cabe aclarar que en el campo federal independientemente de la distribución hecha por la Ley Orgánica se debe tener presente que el Tribunal Fiscal cuenta con competencia precisamente demarcada por la materia de los asuntos que ante el se ventían, sobre todo por las facultades competenciales de sus salas, de lo cual se advierte que es un tribunal administrativo y no judicial, mucho más que fiscal, al que corresponde decidir las controversias que se suscitan con respecto a obligaciones fiscales o multas administrativas y las demás que le fija el artículo 22 de la Ley Orgánica del Tribunal Fiscal de la Federación.

⁹ Diccionario Jurídico Mexicano Tomo I Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM 1998.



Ya que se han fijado los diversos criterios para la delimitación de la competencia, se puede decir que cuando las leyes procesales se ocupan de sentar las reglas para la fijación de la competencia en concreto o atiende a uno u otro elemento de coordinación para combinar dos o mas de los criterios mencionados dando como resultado un sistema integral y cualitativo.

Así también aunque parezca que la fijación de la competencia es objetiva, hay razones complementarias cuando la ley dice (que existe quebrantamientos de otras reglas competenciales), por ello para que un juez o tribunal sea competente para conocer de un asunto determinado se precisa, que hallándose éste dentro de la órbita de su jurisdicción, la ley le reserve de su conocimiento, con preferencia a los demás jueces y tribunales de su mismo grado, además de que la complejidad creciente en las naciones y en los pueblos, la especialización en las actividades humanas y el aumento de población, como es lógico exigen la multiplicación de órganos encargados de administrar justicia y de esta forma ha quedado superado el pasado en donde eran contados los juzgadores o depositarios de ejercer la función jurisdiccional, hoy en día existen tal cantidad que responden o tratan de responder a las necesidades que exija la sociedad.

Además que la división del derecho en diversas ramas y la exigencia de la sociedad porque existan órganos más especializados provoca que el Estado trate de estar a la vanguardia en especialización para dar un mejor servicio a los particulares, y así se pueda contar con una mejor impartición de justicia logrando con esto que en nuestro país existe el verdadero Estado de Derecho por el cual se ha luchado incansablemente.



B) CONSUMIDOR

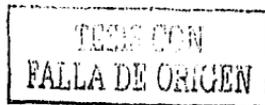
Del latín *consumere*, consumir según el diccionario de la Academia es gastar comestibles u otros géneros.

El artículo 2 fracción I manifiesta claramente a quien se entiende como consumidor para efectos de aplicación de la Ley de Protección al Consumidor "Consumidor: 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".¹⁰

El concepto anterior es muy amplio lo que puede distraer la actividad de las autoridades encargadas de aplicar la ley en detrimento de la parte débil en el mercado y de la eficacia de la misma Ley de Protección al Consumidor. Por esto es criticable la definición que el legislador realizó ya que no siguió el ejemplo del derecho comparado, en el cual el concepto de consumidor corresponde a la persona física que se encuentra al final del proceso de producción verbigracia, en el Proyecto de Convención sobre la Compra Venta Internacional de Mercaderías "se considera consumidor al que adquiera bienes, servicios, para uso personal, familiar y doméstico" el cual también tiene aplicación en la Legislación Federal Norteamericana.¹¹ Ahora bien al respecto también la Jurisprudencia ha emitido su criterio el cual se transcribe.

¹⁰ Ley de Protección al Consumidor, Sista, México 1999

¹¹ De Santo Victor, Ob. cit. Pág 187



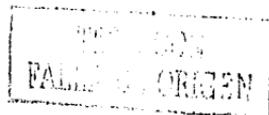
CONSUMIDOR. UNICAMENTE TIENE ESE CARÁCTER LA PERSONA QUE ADQUIERE UN BIEN O SERVICIO PARA SU USO. (INCOMPETENCIA DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR).

"De conformidad con 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 realice 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 del procedimiento económico cuyo objetivo final es el de 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 Autrey, S.A 24 de enero de 1990. Unanimidad de votos. Ponente Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretario Cuauhtémoc Calock Sánchez."

En sentido estricto consumidor es el que destruye un bien o con mayor precisión, el que destruye la sustancia, la utilidad de un bien, por consiguiente todo mundo consume.



Touraine dice con bastante cautela y precaución que la clase popular es la que se debe definir como la de los consumidores, por lo tanto las clase populares deben de estar representadas por organizaciones de consumidores teniendo como funciones específicas el proteger y defender a los consumidores contra los abusos, informarlos y representarlos, sin embargo podemos ver que en México estas funciones son los objetivos primordiales de la PROFECO.

Los consumidores se pueden dividir genéricamente en cuatro casos especiales: la familia de altos ingresos el cual es un grupo reducido de personas que puede ser inmune a la necesidad de observar cuidadosamente los costos debido a que poseen una riqueza considerable, el consumidor ineficiente, aparentemente algunos consumidores no tiene cuidado de las satisfacciones que obtienen del dinero que gastan, demás los individuos pueden pasar por alto varias circunstancias respecto a la atención que prestan para obtener lo máximo por su dinero; consumidor final que son aquellas personas que usan o compran servicios para su uso individual o en el hogar, es decir satisfacen estrictamente sus necesidades con fines no comerciales lo que los empresarios llaman mercado de consumo"; los usuarios industriales los cuales son organizaciones de negocios, industriales o publicas que compran productos o servicios para usarlos en sus propios negocios o para fabricar otros productos, los usuarios industriales, en general constituyen el llamado "mercado industrial".

De lo anterior y regresando a la definición que la LFPC da de consumidor nos percatamos que toma los elementos de lo que se considera como consumidor final, así mismo la jurisprudencia mexicana corrobora esta definición al decir

que es consumidor quien ocupa los bienes o servicios para satisfacer necesidades propias, así como al mismo tiempo ambas deslindan al consumidor industrial que para el caso de la ley se regiría por la ley comercial ya que caería en el supuesto que menciona el artículo 3° del Código de Comercio.

Además la anterior clasificación tiene una importancia bastante grande desde el punto de vista de la mercadotecnia y la forma de segmentación de los mercados y la forma de dirigirse a los consumidores los cuales también tendrían una subclasificación:

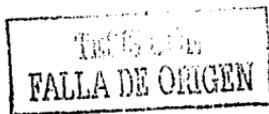
A) Personas desde el punto de vista demográficos como:

- 1.- población total
- 2.- población urbana suburbana y rural
- 3.- edad
- 4.- sexo
- 5.- Fases del ciclo familiar
- 6.- otros (raza, religión, nacionalidad, educación, ocupación).

B) personas con dinero desde el punto de vista de la distribución de los ingresos lo cual va relacionado con la microteoría del consumo la cual trataremos más adelante.

C) Personas con voluntad para gastar su ingreso, lo que nos lleva directamente al comportamiento del consumidor al comprar, teniendo diversos factores determinantes como:

- 1.- sociológicos como ;



- a.- grupos culturales
- b.- clases sociales amplias
- c.- grupos pequeños incluyendo la familia

2.- Psicológicos como:

- a.- personalidad
- b.- actitudes
- c.- beneficios deseados del producto

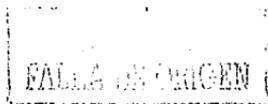
Aunque el comportamiento del comprador no puede asociarse a un solo factor, por lo que las personas no constituyen un mercado por sí mismas; deben tener dinero para gastarlo lo que se divide en tipos de ingreso: ingreso personal que son aquellos consumidores tienen ingresos por sueldos, salarios, dividendos, rentas, interés, negocios y profesiones, seguro social y actividades agrícolas menos los impuestos federales, estatales y locales y pagos no fiscales.

Ingreso Personal no disponible que es la cantidad que se tiene disponible para consumo personal y ahorro.¹²

Ingreso discrecional; es la cantidad de ingreso personal con la que dispone el consumidor después de haber cumplido con sus compromisos fijos y sus necesidades básicas del hogar.

Ingreso real es el que tiene el consumidor para adquirir bienes y servicios.

¹² William J. Stanton. Fundamentos de Mercadotecnia, tercera edición en español Mc Graw Hill, México 1995 pág 87-88



En años recientes los consumidores se han vuelto más selectivos en su elección de productos. A medida que el ingreso disponible de los consumidores aumenta y existe una creciente abundancia de productos a la venta, por ello los consumidores han satisfecho muchas de sus necesidades, por lo que se desprende que los consumidores ahora son más críticos en la valoración de los nuevos productos que son imitaciones o que ofrecen únicamente ventajas competitivas marginales, además con la apertura de grandes mercados, (hipermercados y supermercados), en los cuales los consumidores han tomado gran importancia al convertirse en aliados objetivos de estos.

Aunado a lo anterior la venta directa del producto al consumidor, como fenómeno reciente ha originado que por lo menos durante los últimos treinta años la agricultura tradicional se haya convertido en una agricultura cada vez más sometida a mercados capitalistas. Ya que en ciertos casos la venta directa no se debe a la iniciativa exclusiva del mundo campesino, es aquí donde encontramos a las organizaciones políticas y más aún las organizaciones de consumidores que son las que nos podrían interesar más ya que debido a las funciones que en la sociedad de consumo estas juegan al hacer una estricta defensa del poder adquisitivo de las masas populares principalmente.

A partir de mediados del siglo pasado los economistas y los publicistas han utilizado técnicas econométricas modernas para obtener una fecunda comprensión empírica de comportamiento del consumidor aplicando principalmente procedimientos estadísticos de cálculo a los conglomerados de

transacciones del mercado y a los datos sobre adquisiciones de consumidores individuales, de esta forma en pleno siglo XIX el economista inglés Ernest Engel afirmó que "... la proporción de gastos consagrados a los alimentos disminuye a medida que se eleva el nivel de vida del consumidor",¹³

De lo anterior cabe preguntarse si los factores sociales afectan los hábitos del consumidor, independientemente del ingreso, y determinan la disminución de la elasticidad de este último, o si el aumento del ingreso es lo que hace cambiar la variable del consumo.

Además la formación que los consumidores tienen acerca del consumo es muy importante ya que esto lleva a diferenciar las dimensiones en las que se desenvuelve un consumidor.

Ya que en la economía doméstica generalmente se enseña a las amas de casa a buscar la mejor manera de administrar el presupuesto familiar dándoles un nuevo enfoque del ahorro y del crédito al consumo, se les enseña a fijarse en los precios y así realizar buenas compras, de esta manera la formación doméstica es cada vez más crítica; incluye entonces, una explicación de mecanismos económicos que llega a denunciar los abusos de la publicidad a la reflexión sobre la formación de precios sobre los circuitos de distribución, un tipo de formación muy distinto al anterior se da cuando se vuelve a insertar la voluntad de las mujeres en relaciones

¹³Kalma J. Cohen Richard M Cyert. Economía de Empresas. Librería Ateneo Buenos Aires 1993 pág 79

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

sociales de las que en muchas ocasiones eran excluidas, así mismo existen otras actividades de formación las cuales corresponden a las necesidades específicas de la federación las cuales deben ser modificadas constantemente debido al cambio en la economía mundial que se esta viviendo y que directamente afecta a la economía del consumidor por lo que es importante para el Estado tratar de garantizar una estabilidad interna para que el nivel adquisitivo del consumidor no se vea afectado y por lo tanto se vea afectado el consumo a nivel nacional provocando con ello una desaceleración general.

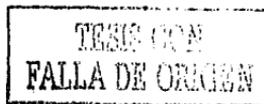
TERMINA CON
FALLA DE ORDEN

C) DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR

El conocimiento de sus derechos, permite a los consumidores defender sus intereses en el mundo del mercado, promover la implementación de normas legales que los consagren y pueda exigir la existencia de una estructura administrativa y judicial que garantice la aplicación de las leyes, por lo que los consumidores deben exigir que el gobierno adopte medidas legales e instituciones para hacer efectivos sus derechos.

Internacionalmente también los consumidores cuentan con derechos básicos que fundamentalmente tienen su base en las directrices para la protección del Consumidor las cuales se centran en siete áreas estratégicas las cuales pueden ser usadas como punto de partida para el desarrollo y refinamiento que los gobiernos a nivel mundial toman a favor de la protección al consumidor que son las siguientes:

- 1.- **Seguridad física** la cual resalta el importante papel que juega la seguridad del producto en cualquier circunstancia.
- 2.- **Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores.** Los cuales se sustentan en el principio básico de que las "políticas gubernamentales deberán de buscar que los consumidores obtengan el mayor beneficio por sus recursos"
- 3.- **Normas para la seguridad y calidad de bienes y servicios para los consumidores.**



4.- Facilidades para la distribución de bienes y servicios esenciales esta área es de particular relevancia para los países en vías de desarrollo, debido a que es urgente para los gobiernos implementar políticas que aseguren la distribución de bienes y servicios básicos a toda su población, pero principalmente en áreas rurales.

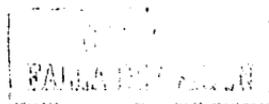
5.- Medidas para que el consumidor pueda obtener compensación.- el principio básico de esta área es que el consumidor tenga derecho a obtener compensaciones por medio de procedimientos "expeditos, justos, de bajo costo y accesibles", además de contar con mecanismos voluntarios que proporcionen información y asistencia a los consumidores.

6.- Programas de educación e información.- en esta área se hace especial énfasis en dar a la gente la capacidad de actuar como consumidores parciales, es decir, que los consumidores sean capaces de hacer elección libre de los bienes y servicios que van adquirir y ser más conscientes de sus derechos y responsabilidades.

7.- medidas relacionadas con áreas específicas.- la cual se enfoca especialmente a los países en desarrollo en áreas estratégicas como lo son: los alimentos, el agua, los productos farmacéuticos y áreas prioritarias que puedan afectar la salud del consumidor.

Por otra parte del reconocimiento internacional de los derechos del consumidor se desprenden los siguientes derechos básicos de los Consumidores:

1.- Satisfacción de las necesidades básicas lo que garantiza a todas las personas el acceso a los bienes y servicios de primera necesidad para lograr su



supervivencia, de una manera digna, especialmente lo que se refiere a una alimentación adecuada.

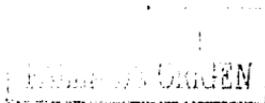
2.- Seguridad en el consumo.- se refiere al derecho que tienen los consumidores a ser protegidos en la comercialización de bienes y servicios, que puedan ser peligrosos para el medio ambiente, la salud o la misma vida.

3.- Información toda persona tiene derecho a obtener en forma oportuna clara y veraz una completa información sobre los bienes y servicios que encuentra en el mercado, de manera que pueda elegir con pleno ambiente o la vida.

4.- Libre elección.- el consumidor tiene derecho a elegir libremente los productos y servicios necesarios dentro de la variedad de ofertas, precios competitivos, y garantía de calidad.

5.- Ser escuchado y representado por lo que los consumidores tienen derechos a expresar sus intereses y puntos de vista sobre la forma de ejecutar las políticas gubernamentales que le afecten en forma directa o indirecta y ser representados en la elaboración de las mismas.

6.- Reparación es el derecho que todos tenemos a recibir una indemnización o reparación adecuada por todo daño o perjuicio que se haya causado por haberse recibido información engañosa, artículos de mala calidad o incluso servicios insatisfactorios.



7.- Educación para el consumo para lograr que el consumidor sea un consumidor consciente, informado, responsable y solidario lo que supone la adquisición de conocimientos enmarcados en un proceso educativo al cual todos tenemos derecho a tener acceso.

8.- Medio ambiente sano lo que se refiere al derecho de vivir y trabajar en un ambiente sano, que no entrañe amenazas ni peligros y que fomente el bienestar y la dignidad de la vida, tanto en el presente como para las generaciones futuras.

La LFPC concede al consumidor 24 derechos básicos los cuales se encuentran ajustados tanto a las directrices de protección al consumidor y a los derechos internacionales comprende la regulación de la publicidad y garantías, para lo cual establece normas de información y veracidad las cuales regulan el ofrecimiento y ejecución de las promociones y ofertas al público.

1.- Recibir información suficiente y veraz sobre los productos adquiridos por lo que al comprar un producto o contratar un servicio los consumidores tienen derecho a que el proveedor informe de manera veraz, clara y suficiente sobre el lugar de origen del producto, ingredientes o componentes del mismo, modo de empleo, duración cantidad, calidad y si fuere necesario la fecha de caducidad y toda esta información debe estar proporcionada en español. Derechos consagrados en los artículos 32, 33 y 34 de la LPC

2.- Recibir garantías en términos claros y precisos ya que al comprar un producto el consumidor tiene derecho a que la garantía otorgada manifieste claramente cuánto dura, que partes del producto protege, de qué forma y en qué condiciones

FALLA DE ORIGEN

7.- Educación para el consumo para lograr que el consumidor sea un consumidor consciente, informado, responsable y solidario lo que supone la adquisición de conocimientos enmarcados en un proceso educativo al cual todos tenemos derecho a tener acceso.

8.- Medio ambiente sano lo que se refiere al derecho de vivir y trabajar en un ambiente sano, que no entrañe amenazas ni peligros y que fomente el bienestar y la dignidad de la vida, tanto en el presente como para las generaciones futuras.

La LFPC concede al consumidor 24 derechos básicos los cuales se encuentran ajustados tanto a las directrices de protección al consumidor y a los derechos internacionales comprende la regulación de la publicidad y garantías, para lo cual establece normas de información y veracidad las cuales regulan el ofrecimiento y ejecución de las promociones y ofertas al público.

1.- Recibir información suficiente y veraz sobre los productos adquiridos por lo que al comprar un producto o contratar un servicio los consumidores tienen derecho a que el proveedor informe de manera veraz, clara y suficiente sobre el lugar de origen del producto, ingredientes o componentes del mismo, modo de empleo, duración cantidad, calidad y si fuere necesario la fecha de caducidad y toda esta información debe estar proporcionada en español. Derechos consagrados en los artículos 32, 33 y 34 de la LPC

2.- Recibir garantías en términos claros y precisos ya que al comprar un producto el consumidor tiene derecho a que la garantía otorgada manifieste claramente cuánto dura, que partes del producto protege, de qué forma y en qué condiciones

LEER CON
FALLA DE ORIGEN

se cumple la garantía y dónde se repara el bien en caso de descompostura.

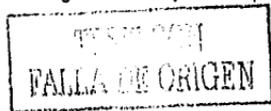
Definido por, el artículo 78 de la LPC

3.- Recibir información que advierta sobre los riesgos y peligros de los productos por ello al comprar un producto peligroso o que tenga algún riesgo este debe llevar anexo o en el mismo producto un instructivo con las advertencias e información necesaria para que se maneje adecuadamente, regulado por el artículo 41 de la LPC

4.- Adquirir los productos que se encuentren en existencia, sin negativa o condicionamiento de venta por lo que ningún comerciante puede negar la venta de un producto o condicionar la adquisición o renta de un servicio, ya que en todo caso los consumidores tienen derecho a escoger el producto, precio y presentación que mejor le convenga, consagrado en el artículo 43 de la LPC.

5.- Participar de los beneficios que se estipulen en las promociones y ofertas para lo cual el consumidor antes de comprar se debe asegurar que una oferta o promoción realmente le beneficia comparando precios presentaciones y calidades de esta forma si resulta beneficiado y reúne los requisitos para poder participar no se puede negar esa participación a ningún consumidor mientras exista el volumen de mercancías ofrecidas o este vigente el plazo señalado para la promoción u oferta. Regulado por los artículos 46, a 50 de la LPC.

6.- Recibir información detallada sobre condiciones y plazos de operaciones a crédito regulado por el artículo 66 por lo que en toda operación hecha a crédito el consumidor deberá de estar informado del precio que tiene el producto o servicio de contado, el monto de interés y la tasa sobre la cual se calculan, el total de intereses que va a pagar, en caso de haber algún recargo el monto y sobre que



sería dicho cargo, lo que se pagara en total por el bien o servicio, el derecho que tiene a liquidar anticipadamente del término establecido y la reducción de interés que en su caso se haría, además de que dicha operación debe constar por escrito el cual debe contener fecha, nombre firma del consumidor además de que el proveedor tiene la obligación de entregarle una copia de dicho contrato, en las operaciones a crédito los intereses se deben calcular sobre el precio de contado, sobre periodos vencidos y saldos insolutos y no por adelantado además de que no podrán capitalizarse los intereses, para ello la SECOFI tiene facultades para fijar tasas mínimas y máximas, así como cargos máximos adicionales que puedan hacerse al consumidor las cuales se harán saber mediante el DOF y para el caso de que la Secretaría omita hacer dicha publicación por ningún motivo las tasas serán superiores a las fijadas por el Banco de México (BM)

b.- para el caso de que se haga una rescisión de compra venta ambas partes deberán restituirse mutuamente las prestaciones que se hubieren hecho

c.- aquel consumidor que compre a plazos tiene siempre el derecho a apagar por anticipado sin tener que cubrir más cargos de los que hubiere en caso de renegociación del crédito.

d.- cuando un proveedor demande la rescisión por mora al consumidor y este último haya pagado mas de la tercera parte o en su caso el equivalente se podrá optar por la rescisión en los términos mencionados en el inciso anterior.

7.- Condiciones justas en el cobro de intereses por compras a crédito. Por lo que en cualquier compra o adquisición a crédito se deben respetar las condiciones del contrato para el pago de intereses, regulado en el artículo 69 de la LPC.

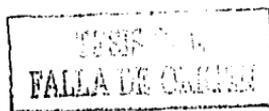


8.- Rescindir el contrato cuando los productos adquiridos tengan defectos de fabricación o vicios ocultos. Al adquirir un bien y tenga algún defecto oculto que lo haga impropio para su uso, el consumidor tiene derecho a rescindir el contrato o a que se le reduzca el precio originalmente pactado o tiene la posibilidad de exigir el cambio del producto o la devolución de su dinero. Regulado en el artículo 82 de la LPC.

9.- Recibir el reembolso cuando se pague más del precio máximo. Si al realizar una compra se paga más del precio autorizado el consumidor tiene derecho a solicitar la diferencia al proveedor o al fabricante consagrado en el artículo 91 de la LPC.

10.- Reposición del producto cuando el contenido sea menor a lo indicado en el empaque cuando los productos tengan un peso o cantidad menor a lo indicado en el envase o no hayan, sido pesados o medidos correctamente tratando de causar un perjuicio al consumidor, éste tiene derecho a solicitar la reposición del producto o la devolución de la cantidad pagada en exceso, regulado en el artículo 92, fracción I de la Ley de la materia.

11.- Reposición, bonificación, compensación o devolución, si los productos no reúnen las condiciones de calidad, marca o especificaciones ofrecidas. Si al comprar un producto este no cumple con las normas de calidad obligatorias, no contiene lo que ostenta o lo contiene pero en menor calidad o cantidad o resulta deficiente, no es propio para el uso que a que está destinado, o no es el producto comprado, el consumidor tiene derecho a que se le indemnice por daños y perjuicios y a que sea reparado gratuitamente, o bien la reposición del producto o



la devolución de la cantidad pagada, regulado por el artículo 92 fracción II de la ley de la materia.

12.- Recibir comprobantes de las operaciones comerciales. Al comprar un bien o contratar un servicio ya sea a crédito o a contado, el consumidor tiene derecho a que el proveedor le entregue una factura , documento o comprobante que acredite los términos de la operación. Estos comprobantes deberán contener el nombre y domicilio del proveedor, así como su RFC y todos los requisitos que señala la legislación fiscal para este tipo de documentos. Regulado en el artículo 12 de la LPC

13.- Recibir calidad en el servicio de reparación con la utilización de partes y refacciones apropiadas al solicitar u servicio de reparación el consumidor tiene derecho a exigir partes y refacciones nuevas que sean propias para el producto de que se trate. Únicamente cuando el consumidor lo autorice el prestador del servicio podrá emplear otras partes y refacciones que estén sujetas a la Norm correspondiente y denoten tal circunstancia. Regulado en el artículo 60 de la ley que nos ocupa.

14.- Recibir Indemnizaciones por productos que resulten averiados al recibir mantenimiento. Si por deficiencia de cualquier servicio de acondicionamiento reparación o limpieza, el bien se pierde o sufre un deterioro total o parcial, el consumidor tiene derecho a que se le otorgue indemnización por el daño sufrido, regulado en el artículo 61 de la LPC.

15.- Tener al alcance la información sobre los precios de los servicios todos los proveedores de servicios deben fijar sus tarifas en lugares claramente visibles, con el objeto de mantener informado al consumidor, debiendo tener también



disponibles catálogos o listas de precios de los servicios convencionales que prestan, artículo 57 de la ley de la materia

16.- Disfrutar en igualdad de condiciones de los servicios ofrecidos al público en general Al acudir al solicitar un servicio que se ofrezca al público en general, el consumidor tiene derecho a recibir el mismo trato o contratar en las mismas condiciones que las demás personas. El consumidor no puede ser objeto de preferencias o discriminación, tales como la selección de clientela o reserva al derecho de admisión, salvo por causas plenamente justificadas en cada caso o que afecte la seguridad o tranquilidad del lugar. Regulado por el artículo 58 de la ley en comento.

17.- Solicitar la intervención de PROFECO cuando sean afectados sus intereses o derechos El consumidor tiene derecho a presentar sus quejas, denuncias o inconformidades ante la procuraduría por cualquier violación a LFPC, también tiene derecho a que la procuraduría lo represente legalmente cuando sean afectados sus intereses consagrado en los artículos 20, 21, 24 y 97 de la LFPC.

18.- Recibir la información de los contratos de adhesión redactada en español y con letra legible a simple vista para lo anterior podemos definir lo que es un contrato de adhesión el cual es aquel que esta elaborado exclusivamente por el proveedor en el cual establece los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o a la prestación de un servicio, en el no se contempla la voluntad del consumidor sino que solo se manifiesta en la aceptación que este hace del contrato. En las operaciones de compra-venta donde los contratos están redactados por el proveedor o bien sean machotes impresos y por tanto el consumidor no pueda intervenir en su elaboración, tiene derecho a que sean

equitativas las condiciones para las partes y es una obligación de PROFECO supervisar y registrar tales contratos. Regulado en el artículo 85 de la ley en estudio.

19.- Respeto a la integridad personal de los consumidores si al estar en un establecimiento comercial un consumidor alguien pretende acusarlo de haber cometido un delito, como consumidor tiene derecho a que no lo detengan, interroguen o registren los dueños empleados del establecimiento. En todo caso el consumidor debe exigir que se le ponga inmediatamente a disposición de las autoridades competentes, para que sean ellas quienes determinen si es culpable o no; si es declarado inocente el consumidor tiene derecho a exigir que se le indemnice por daños y perjuicios derecho regulado en el artículo 10 de la LFPC.

20.- Rescindir operaciones de compra venta a domicilio.- cuando el consumidor haya comprado algún objeto fuera del local comercial y se decida a no compra o adquirir el bien o servicio podrá rescindir la operación dentro de los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda, consagrado en el artículo 56 de la ley en comento.

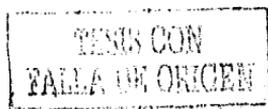
21.- recibir información clara, adecuada y suficiente sobre la adquisición de tiempos compartidos.- Antes de firmar un contrato de tiempo compartido, el proveedor tiene la obligación de notificar a SECOFI del inicio del servicio y el consumidor debe verificar que el contrato especifique: nombre y domicilio del proveedor, lugar donde se prestara el servicio; determinación clara de los derechos de uso y goce; costo de los gastos de mantenimiento; opciones de intercambio y descripción de fianzas y garantías que se otorgarán a favor del consumidor. Consagrado en el artículo 64 y 65,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

22.- Cumplimiento en la entrega de bienes inmuebles.- Al comprar una vivienda a plazos, cuya entrega sea a futuro, el consumidor tiene derecho a que se le garantice por algún medio legal la entrega del inmueble y que esté estipulada en el contrato: También tiene derecho a no hacer ningún pago antes de firmar el contrato de compraventa, excepto los gastos que el proveedor erogue por concepto de investigación de crédito, artículos 73-76 de la LFPC.

Además de estas disposiciones y más aún en lo que se refiere a compra-venta de inmuebles la regulación de este tipo de operaciones se encuentra enmarcada en el Código Civil por ello a nuestra consideración estos artículos deben ser derogados de la ley en estudio debido a que se podría crear un conflicto de aplicación de leyes, porque tanto el consumidor como en este caso el vendedor están encuadrando otra figura jurídica que consideramos materia de estudio de otra rama del Derecho.

23 y 24 Derechos del consumidor discapacitado. El consumidor discapacitado tiene derecho a ser tratado como cualquier otro consumidor y no ser objeto de cuotas o tarifas adicionales extraordinarias o compensatorias por utilizar implementos especializados que le permitan tener un mejor acceso a los bienes de consumo o a los servicios, además de ser una obligación para el proveedor contar en su establecimiento con los dispositivos que determina la legislación correspondiente para el acceso de los consumidores discapacitados al servicio, consagrado en el artículo 58 de la ley de la materia.



D) Procedimiento

Sustantivo plural cuya raíz latina es *procedo*, *processi*, *proceder*, adelantarse, avanzar. En general procedimiento es la manera de hacer una cosa o realizar un acto . procedimiento corresponde a *procédure* en francés a *procedure* en inglés *procedura* en italiano y *Verfahren* en alemán.

En el lenguaje forense esta voz se ha usado tradicionalmente como sinónimo de juicio o instrucción de una causa o proceso civil.

Para los clásicos del procedimentalismo español procedimiento es la aglomeración o reunión de reglas y preceptos a que debe acomodarse el curso y ejercicio de una acción que se llama procedimiento; y al orden o método que debe seguirse en la marcha de la substanciación de un negocio se denomina enjuiciamiento; el enjuiciamiento determina la acción sucesiva de las actuaciones trazadas por el procedimiento.

"El procedimiento en general es un conjunto de actos relacionados entre sí que tienden a un fin determinado".

Formalmente el procedimiento "se reduce a ser una coordinación de actos, en marcha relacionados o ligados entre sí por la unidad del efecto jurídico final, que puede ser el de un proceso o una fase o fragmento suyo"

El procedimiento propiamente dicho "es aquel que fija preestablecidamente los cauces de los actos que contribuyen a un objeto final".¹⁴

Aunque es necesario aclarar que el procedimiento es distinto al proceso ya que todo proceso implica un procedimiento, pero no todo procedimiento es un proceso,

¹⁴ Dorantes Tamayo Luis, Elementos de la Teoría General del Proceso, ed Sexta. Ed. Porrúa México 1998, pág 179



debido a que este último se caracteriza por su finalidad jurisdiccional compositiva del litigio mientras que el procedimiento se puede manifestar también fuera del campo procesal (administrativo o legislador), por lo que se puede concluir que el procedimiento es esencialmente teleológico y el procedimiento tiene un carácter formal, por lo que se debe entender al procedimiento "como el conjunto de formas o maneras de actuar".¹⁵

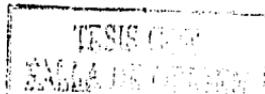
El procedimiento en general es "un concepto general de validez aplicable a todas las ramas del derecho, siendo una combinación de determinados actos que permiten conservara la individualidad del procedimiento".

El procedimiento "es una forma de sucesión, un orden y una forma de proceder es una pauta que debe seguirse para alcanzar un resultado práctico".¹⁶

Por lo anterior la palabra procedimiento en el campo jurídico no debe ni puede ser utilizada como sinónimo de proceso, el procedimiento se refiere a la forma de actuar y en este sentido hay diversos y variados procedimientos jurídicos, como los notariales, registrales etc. y el procedimiento que nos interesaría para nuestro estudio es el procedimiento administrativo en el cual encontramos las formas de actuación y conductas a desarrollar en la actuación del particular frente al Estado.

¹⁵ Alcalá Zamora y Niceto Castillo, Proceso Autocomposición y Autodefensa ed. Tercera Ed. UNAM, 1992 pág 98

¹⁶ Gómez Lara Cipriano, Teoría General del Proceso, ed. Octava Ed. Harla. México 1998 pág 245



Procedimiento administrativo.- Es el medio o vía legal de realización de actos que en forma directa o indirecta concurren en la producción definitiva de los actos administrativos en la esfera de la administración, quedando incluidos en este concepto los de producción, ejecución, autocontrol, e impugnación de los actos administrativos y todos aquellos cuya intervención se traduce en dar definitividad a la conducta administrativa.

Para Gabino Fraga "procedimiento administrativo es el conjunto de las formalidades y actos que preceden y preparan el acto administrativo"¹⁷

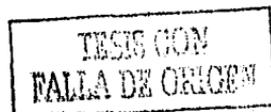
Andrés Serra Rojas " el procedimiento administrativo esta constituido por un conjunto de trámites y formalidades ordenados y metodizados en las leyes administrativas que determinan los requisitos previos que proceden el acto administrativo, como su antecedente."¹⁸

"el procedimiento administrativo es la serie coordinada de medidas tendientes a producir y ejecutar un acto administrativo"

López Nieto y Mallo "es el cause legal que los órganos de administración pública se ven obligados a seguir en la realización de sus funciones y dentro de su competencia respectiva, para producir los actos administrativos.

¹⁷ Diccionario Jurídico Mexicano Tomo II Instituto de Inverstigaciones Jurídicas, UNAM, 1998, pág 657

¹⁸ Serra Rojas Andrés, Derecho Administrativo, ed. Decima Tercera Ed. Porrúa México 1997.



El procedimiento administrativo "es el cauce formal de la función administrativa. Cuando la administración pública ejerce una actividad para realizar los fines a ella encomendados ha de hacerlo a través del procedimiento establecido al efecto".¹⁹ La ley del Procedimiento Administrativo del D.F. en su artículo 2º fracción XXII, define al procedimiento administrativo "Conjunto de trámites y formalidades jurídicas que preceden a todo acto administrativo, como su antecedente y fundamento, los cuales son necesarios para su perfeccionamiento, condicionan su validez y persiguen un interés general.

Por lo que el objetivo primordial del procedimiento es hacer realidad la prerrogativa-garantía la cual es la base de todo el derecho administrativo, debido a que el procedimiento administrativo protege las prerrogativas públicas y al mismo tiempo las garantías con las que cuenta cada individuo por lo que su reglamentación responde al principio de sumisión por parte de la administración al derecho de esta forma responde al cauce formal del poder administrativo en movimiento en busca de un resultado concreto, siendo la obligación del derecho regular los procedimientos en forma intensa estableciendo un mayor o menor número de ellos con la finalidad de garantizar que el acto resultante sea jurídicamente posible y en su caso sea políticamente oportuno, lo anterior lo podemos encontrar plasmado en el artículo 30 de la Ley del Procedimiento administrativo para el D.F.

¹⁹ González Pérez Jesús, Procedimiento Administrativo Federal, ed Octava Ed. Porrúa México 1997 pág 17



De lo anterior se desprende que el procedimiento juega un papel importante en el sistema de garantías del administrado, al mismo tiempo que constituye un requisito de admisibilidad de la pretensión procesal administrativa, constituyendo un instrumento eficaz que ampara el derecho de las relaciones entre los hombres.

Por lo que el procedimiento administrativo como perspectiva del proceso administrativo ofrece tres aspectos de gran relevancia cada uno de ellos:

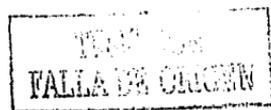
- a) Como requisito o presupuesto del proceso administrativo el cual se plantea en dos grados o niveles: el primero como antecedente del acto que constituye el requisito previo y el segundo como exigencia al interponer ante la administración los recursos administrativos que cada ordenamiento establezca.
- b) Como objeto del proceso administrativo, el cual debe cumplir con el principio de jurisdicción administrativa revisora de la vía administrativa, lo cual significa que habría dos grados uno de apelación y el otro de revisión de la vía para saber si es la adecuada en el campo de la administración.
- c) El procedimiento administrativo como cauce para hacer efectivas las sentencias frente a la administración, lo que quiere decir que el procedimiento nos serviría para que se de cabal cumplimiento a las sentencias o resoluciones que por cualquier motivo haya dictado la administración y el ver hasta que punto nos afecta.

De lo anterior se desprende que el procedimiento administrativo puede ser clasificado y que en la vida legal y práctica existen dos formas de la administración, el de elaboración o producción del acto administrativo y el de

impugnación del mismo. En las leyes y reglamentos se habla de procedimiento de oposición, de inconformidad de ejecución, sancionador, de contratación, interno, externo, previo, de oficio, a petición de parte así como formal y aformal, general y especial, unifásico y bifásico declarativo y ejecutivo, técnico o de gestión, ordinarios y especiales, flexible o rígido, lineal o triangular.

Para que el procedimiento administrativo pueda existir necesita cumplir con ciertas características y requisitos aunque estas pueden variar según las diversas concepciones que del mismo se tengan, así mismo debe cumplir con las formalidades que la propia Constitución marca señalando las siguientes:

- A) Legalidad debe estar permitido o previsto en la ley, dentro de la competencia del órgano al que se refiere;
- B) Eficiencia ya que debe lograr, producir o ejecutar adecuadamente el acto;
- C) Gratuidad Generalmente existirá esta característica salvo que se trate de derechos o servicios públicos o actividad registral;
- D) Publicidad Es decir no existen los procedimientos secretos excepto en asuntos de seguridad nacional, diplomáticos o en que por razones morales deba mantenerse reserva;
- E) Agilidad Aunque en la práctica no siempre se cumple con este principio debido a la carga excesiva de trabajo, ocurre que casi siempre los procedimientos administrativos marchan con lentitud, sin embargo el Estado ha estado tratando de cambiar esta forma implementando el movimiento de reforma administrativa con el fin de dar mayor rapidez a todos y cada uno de los tramites que el gobernado desea realizar.



F) Equidad Ha de observarse el principio in dubio pro actione, esto es que el procedimiento debe tratar de lograr el resultado más favorable al administrado o particular

G) Requisitos del procedimiento los cuales algunos ya han sido comentados en párrafos anteriores no obstante el procedimiento debe estar contenido en una ley o disposición reglamentaria y ser técnicamente idóneo para emitir o ejecutar determinado acto, y debido a que en nuestro país no existe un Código o Ley que regule de manera unificada los procedimientos administrativos se debe estar a lo previsto en cada caso y siempre acatando a la Constitución Federal la cual prevé respecto al procedimiento administrativo debiendo cumplir con las mismas formalidades del acto administrativo: ser en forma escrita, competencia del órgano, fundamentación, motivación, no retroactividad no dejar en estado de indefensión al gobernado y efectuarse conforme a la ley. y por su parte se puede señalar que no existen formalidades esenciales para el procedimiento sin embargo se debe cumplir con todo aquello que este previsto en la ley para no dejar en estado de indefensión al particular, tales como escuchar a éste, notificarte las decisiones que le afectan directamente, recibirles pruebas etc.

Alcala Zamora advierte que un mal procedimiento no es el peor enemigo de un buen proceso, sino por el contrario es un enemigo importante que puede hacer que se pierda la fe en la justicia, por lo que postula que el procedimiento debe satisfacer las exigencias de rapidez, justicia, economía y eficacia.



E) PROVEEDOR

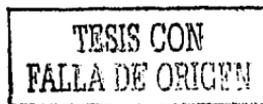
La Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 2 fracción II define a quienes se consideran como proveedor para efectos de aplicación de la ley "Proveedor, la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios".²⁰

Así mismo la ley en su artículo 6 manifiesta que se consideraran proveedores a "... Las entidades de la administración pública federal, estatal o municipal"... cuando estas tengan el carácter de proveedores o actúen como tales.

Así mismo el Reglamento del Artículo 122 de la LFPC en su artículo 2 refuerza y toma el concepto de proveedor el que la propia ley marca y que ha sido manifestado en el párrafo primero.

La doctrina no hace una especificación clara de quien se considera como proveedor debido a la naturaleza de la persona que se trata porque habla de una habitualidad de las acciones encaminadas a un acto comercial y por ello se podría decir que en determinado momento en vez de ser un proveedor se colocaría en el supuesto de comerciante y entonces dicha persona ya no estaría sujeta a la legislación del consumidor sino a diversa como sería el caso de la legislación mercantil por lo que solo habla de una especie de clasificación la cual se da del fabricante de un producto al minorista los cuales se venden en forma directa.

²⁰ Ley Federal de Protección al Consumidor, Sista México 1999



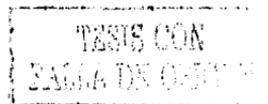
Para que posteriormente estos minoristas puedan ofrecerlos al consumidor en exposiciones comerciales que pueden ser regionales en establecimientos o a través de conservación de contactos con los editores y directores de publicaciones de comercio.

Un segundo grupo sería el de proveedores industriales los cuales son fabricantes industriales de materias primas y componentes, los cuales anteceden en algunos meses al calendario de bienes y consumo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

F.- MOMENTO DE MATERIALIZACIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LOS DOS SUJETOS ANTERIORES

Por tratarse de un ordenamiento mercantil la relación proveedor-consumidor sólo se presentará cuando aquel sea un comerciante, realice un acto aislado de comercio, o se trate de una empresa de participación estatal, organismo descentralizado u órgano del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución de bienes o prestación de servicios a consumidores. Aunque no lo dice de manera expresa la Ley de protección al Consumidor la regla general es que cuando se trata de actos relativos a inmuebles quien adquiere el bien o el uso y disfrute de uno de esta naturaleza no es considerado consumidor y por ello dicha relación tendrá diversos momentos de acuerdo a la operación que se pretenda hacer y que regula en cada caso la LFPC así encontramos que en ofertas y promociones la relación se formalizara en el momento en que el proveedor haga publica su oferta o promoción de acuerdo a los lineamientos que marca en el art. 46 y art. 48 y subsiguientes y se materializara en el momento en que el consumidor decide aceptar dicha oferta o promoción ofrecida a que se supone que de antemano conoce las condiciones de esta, así mismo la ley en su art. 50 marca las acciones con las que cuenta un consumidor para el caso de que el proveedor incumpla al momento de hacer efectivas las ofertas o promociones o no cumpla con la contraprestación recibida.



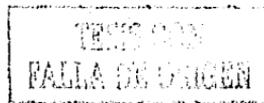
En las ventas a domicilio mediatas o indirectas en el caso de domicilio se formalizará a partir del momento en que es entregado al consumidor el ejemplar del contrato respectivo y sino se realiza en ese momento se entenderá formalizado desde el momento de la firma del mismo, sin embargo la misma ley preve que el proveedor debe cerciorarse de que el contrato es entregado al consumidor perfeccionándose "a los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato"... la materialización ocurrirá en el momento que sea entregado el bien al consumidor.

En el caso de la prestación de servicios la relación se formalizará cuando el proveedor y el consumidor estén de acuerdo en el presupuesto que el primero esta obligado a presentar por escrito y que para este caso haría la vez de contrato, así mismo la materialización de la relación se da en etapas: la primera cuando el servicio se empieza a realizar debiendo el proveedor cubrir las exigencias que la misma ley marca para cada caso de prestación de servicio y se entenderá consumada la relación entre ambos sujetos en el momento que el consumidor acepte el servicio a su entera satisfacción, otro caso sería el de los llamados tiempos compartidos debido a que la relación se formalizara cuando se firma el contrato y además es registrado en el Registro Publico de de contratos de Adhesión a cargo de la PROFECO el cual debe contener las condiciones que la ley establece y su materialización es continua debido a que la relación no se extermina en un solo acto sino en diversas ocasiones por el tiempo en que pueden ser ocupados los inmuebles materia del tiempo compartido.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El caso de los sistemas de comercialización es otro caso en que la relación se materializa en diversos actos con la entrega de las sumas de dinero que aportan los consumidores a un fondo común para ser administrado por un tercero, y se formalizaran este tipo de grupos cuando la SECOFI sea notificada de la formación de estos sistemas de comercialización.

En las operaciones de crédito se regulan fundamentalmente por las disposiciones en el Código de Comercio o en el caso de los bienes inmuebles por el Código Civil y en su caso tanto la formalización como la materialización serán de acuerdo a lo que ambas leyes especifiquen para cada acto jurídico que se realice por que en estos caso la LFPC solo quedará como refuerzo para evitar que se den prácticas abusivas contra el consumidor sin tener una injerencia directa.



G) CONSUMO (PRÁCTICO Y DOGMÁTICO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS LEYES ECONÓMICAS Y PUBLICITARIAS)

Del latín *consumere*: destruir con significado cumplir completar, *sumere* *sumptum*, tomar Más tarde del latín eclesiástico medieval : *consumatio*, de *consummare*, hacer la suma. De acuerdo al Diccionario de la lengua, el consumo es el gasto de aquellas cosas que con el uso se extinguen o se destruyen. Al significado de la lengua en uso se agregan los de tipo económico sociológico y jurídico.

En su sentido económico y sociológico, el consumo es el acto o proceso de consumir, de gastar, para la satisfacción de necesidades y que se traduce por la destrucción de bienes y servicios.

"Es el conjunto de procesos culturales en los que se realizan la apropiación y los usos de los productos."²¹

El sistema económico produce dos grandes categorías de bienes y servicios: de consumo o finales, que satisfacen directamente las necesidades de los consumidores; de producción o indirectos, utilizados en el primer estadio de la producción para proporcionar bienes de consumo.

La teoría económica hace distinción entre bienes de consumo, duradero o no, los cuales están destinados por esencia a la destrucción; bienes de goce que por su carácter satisfacen necesidades humanas sin destrucción inmediata o a través del consumo.

²¹ Wiewiorka Michel, Estado, Empresarios y Consumidores, ed. Décima Tercera Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1995 pág. 23



El consumo no debe verse como un mero retiro de bienes del proceso de producción, una simple relación personas-cosas, tampoco es una actividad homogénea, unifuncional ni puramente pasiva frente al carácter activo de la producción, sino por el contrario el consumo nos lleva a realizar un gran número de actos diferentes y cumple al mismo tiempo una serie compleja de funciones dependiendo de las relaciones físicas y socio-económicas que pueden establecerse entre sujetos y objetos y entre estos últimos entre sí. Ante todo existen las interrelaciones entre consumo y producción, de esta forma la producción es consumo de facultades y fuerzas esenciales del individuo que produce de medios de producción y materias primas. El consumo es también producción así como la producción es intermedia de este al crear su objeto y asignárselo, así mismo el consumo es el intermediario de la producción al procurar sujetarse a sus productos. Lo que podría concluirse y resumirse en un solo razonamiento sin producción no hay consumo y sin consumo no hay producción.

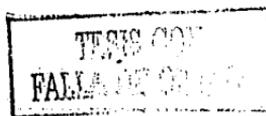
El consumo puede estar referido a: la nutrición y protección del organismo, el cumplimiento de funciones instrumentales decorativas, amenizantes, construcción o conservación del cuadro de vida, la acumulación la producción de servicios, la participación y la utilización colectiva de recursos; la incorporación y el refuerzo de valores psicosociales y espirituales por lo tanto podríamos decir que el consumo no es totalmente pasivo ni menos aun repetitivo el cual tiene una tendencia a la variedad a la novedad a la exploración. Cualquiera que sea en las sociedades contemporáneas el grado de



poder del productor vendedor para manipular a los consumidores por la oferta y mecanismos de persuasión. Los consumidores tienen costumbres, necesidades deseos que la publicidad debe estudiar y tomar en consideración para lograr el producto ofrecido tenga una virtud intrínseca. El consumo expresa relaciones entre grupos e individuos; constituyendo un aspecto del proceso normal de integración y competencia sociales; contribuyendo a la valorización del grupo o del individuo, convirtiéndose así en una forma de participación social. De esta forma encontramos una limitante a la producción-consumo en el artículo 28 primer párrafo de la Constitución con la finalidad de evitar que los consumidores se vean obligados a pagar precios exagerados de determinados productos.²²

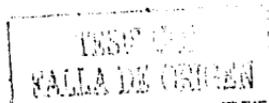
En la actualidad el consumo no solo cumple con la función de satisfacer las necesidades, también tiene un contenido cultural que se podría comparar con la diversidad del hombre o con el contraste del mundo donde existen sectores de la población que no cubren los requisitos mínimos o básicos de bienestar mientras que otros hacen del consumo una realidad cotidiana, por ellos visto desde esta perspectiva se podrían destacar tres cosas importantes del consumo. En primer lugar el tomar en cuenta los límites ecológicos de producir y consumir, después la globalización que no solo afecta los patrones de consumo ya que se trata de poner a disposición de millones de personas un mayor número de bienes y servicios, sino también afecta la posibilidad de sustentación de empleo por el impacto que tiene en las formas de producción,

²² Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada 1999



por último pero no menos importante es el reconocer que los movimientos de consumidores constituyen un invaluable generador de procesos democráticos al contribuir para enriquecer la cultura del consumidor y preparar al ciudadano para que pueda ejercer libremente otros derechos ciudadanos.

En el consumo se encuentra otro de los grandes desafíos de la educación y la reflexión del mundo actual, esto es porque como seres humanos tienen una serie de necesidades que satisfacer por lo que somos consumidores de manera inevitable y por ello no podemos dejar de consumir en esta era del consumo se ha promovido en las democracias un valor fundamental como lo es el hedonismo, la legitimidad de placeres y una creciente designación de valor a los deseos materiales e íntimos, todo lo anterior sin dejar de visualizar que en esta era el consumo no debilita la autonomía privada sino por el contrario la implementa ya que instituye en todos los aspectos el autoservicio generalizado ya que se encuentra ligado a las necesidades humanas del cuerpo y del espíritu, de esta manera los hombres producimos es decir somos productores y por lo tanto si el hombre es productor también es consumidor, por lo anterior y entendido así el consumo es parte de nuestro modo de ser, de nuestra naturaleza de la misma manera que el tener, los sociólogos han demostrado que gran parte de lo que sucede en la vida puede entenderse en términos del consumo, sin dejar de visualizar y entender ante todo la racionalidad económica ya que no se trata de una actividad superflua. Si no existiera consumo no habría



sociedad porque no habría una manera de reproducirse, no obstante el consumo no solo busca la satisfacción de necesidades básicas. Debe entenderse como algo ligado a la actividad central en la vida económica y social.

Para Manuel Castells el consumo "es un sitio donde los conflictos entre las clases, los grupos, las etnias, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes".²³ De lo anterior se desprende que el consumo es un espacio de interacción en el cual los productores y emisores no solo deben seducir a los destinatarios, sino justificarse racional y éticamente, también se percibe la importancia que tiene la política en el consumo ya que actualmente escuchamos a muchos políticos basar su legitimidad, prestigio e interés por los votantes, en lo que han hecho para ellos en materia de consumo.

El consumo es un indicador importante del desarrollo humano, porque permite apreciar la calidad de vida a la que tienen acceso las personas, también posibilita observar las iniquidades resultantes del desarrollo desigual entre países y dentro de ellos".²⁴

²³ Lerdo de Tejada ob cit. pág. 46

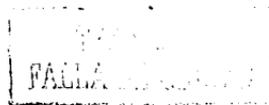
²⁴ IOCU, IV Conferencia de Movimiento de Consumidores Sep-Dic-99 No. 5-6 Año XIV.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Los consumidores organizados tienen un importante papel que cumplir en el desarrollo humano. Este sitúa a las personas como un factor causal cuando se mide el avance de las sociedades con relación a su calidad de vida debido a que el conocimiento de los consumidores no solo debe circunscribirse a un hecho reivindicativo para precio justo, calidad y seguridad de bienes y productos también debe asumirse a la tarea de educar y fomentar puntos positivos de consumo solidario y responsable hacia el medio ambiente y las poblaciones que habitan.

El consumo actualmente no cumple solo con la función de satisfacer las necesidades primarias de todo ser humano sino por el contrario tiene un contenido cultural tan diverso como el propio ser humano con sus respectivos contrastes en cada uno de sus sectores, los cuales en ocasiones no cubren las necesidades básicas de un número determinado de la población, mientras que en el lado opuesto el consumo es una realidad cotidiana.

Visto desde esta perspectiva podemos encuadrar tres conceptos importantes del consumo: en primer lugar, en cuanto a lo que se refiere a la prioridad de tomar en cuenta los límites ecológicos de producir y consumir; el segundo la importancia que tiene la globalización que afecta a millones de personas porque pone a su disposición un mayor número de bienes y servicios, afectando las posibilidades de sustentación y empleo debido a que la producción sufre un impacto; un tercer punto es el que se refiere a la gran importancia que



constituyen los movimientos de consumidores ya que son invaluable generadores de procesos democráticos al contribuir significativamente al enriquecimiento de la cultura del consumidor.

Actualmente en el consumo se encuentra tal vez uno de los desafíos de la educación y la reflexión debido a que todos los seres vivos tenemos una serie de necesidades que satisfacer y esto nos hace ser consumidores de una manera inevitable, principalmente a mitad del siglo pasado se da inicio a una revolución de consumo la cual se caracteriza por centrarse en cuatro rasgos específicos:

- 1.- el culto al cuerpo;
- 2.- el culto hedonista
- 3.- el culto psicológico
- 4.- el culto a la autonomía individual y privada.

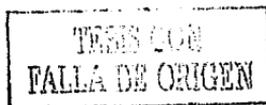
Debido a esta revolución se presenta una revolución de necesidades, la explosión de la producción, del consumo y de la comunicación masiva, por lo que en la actualidad las personas asignan un valor material a sus necesidades, buscando un alza a su propio nivel de vida, lo que lleva a una constante renovación de los productos y la forma de llegar a los consumidores logrando que cada vez se consuma más por otra parte la era del consumo en la que se esta viviendo significa un autoservicio generalizado.



Por otra parte el consumo a afectado en gran medida a la vida democrática, debido a que las personas nos interesamos cada vez menos en los procesos políticos y esto se puede observar en todos los países debido a que normalmente en las elecciones se reporta un gran abstencionismo ya que no debemos de perder de vista lo que ha hecho el consumo en la sociedad que nos ha quitado ideologías revolucionarias e hipernacionalistas y ha desacreditado las promesas del futuro, apoyando más a la autonomía privada, porque el hombre por excelencia es productor pero de la misma forma es también consumidor y entendido de esta forma el consumo es parte de modo de ser, de nuestra naturaleza, por ello el consumo tiene sentido si es visto por los hombres consumo un bien, debido a que en ocasiones los hombres realizamos gastos inútiles y compulsiones irracionales sin embargo en el lado opuesto el consumo aparece como una actividad central en la vida económica y social.²⁵, aunque el consumo no solo debe verse como un hecho material o sicólogo, sino que tiene que ver con aspectos simbólicos y estéticos de una racionalidad consumidora.

De lo anterior se desprende que el consumo es un proceso en el que los deseos se convierten en demandas y en actos socialmente regulados por lo que el consumo sirve para pensar aunque a veces los deseos de una persona por poseer lo nuevo se relaciona con la cultura colectiva a la que se pertenece, por lo que si vemos a la economía como cosa veríamos que en la actualidad el consumo ya no se rige por la libre ley de la oferta y la demanda sino por la ley suprema de

²⁵ Lerdo de Tejada Ob. Cit. pág 93

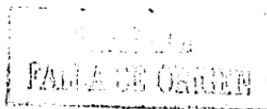


la mercancía, la cual se condiciona al imperio de las marcas comerciales, y esto se ve claramente en la proliferación de productos iguales con nombres distintos en una sociedad de usar y tirar, lo que ha hecho que el consumo se convierta en un fruto natural del proceso y de la civilización, lo que convierte al consumo en un puente de la producción ya que cada producto debe ser altamente competitivo para asegurar mercados a nivel nacional ya que el consumo se define por la relación deseo-necesidad ya que una necesidad satisfecha genera otra y así sucesivamente Carlos Marx "quien dijo la primera necesidad satisfecha condena a nuevas necesidades."²⁶ así mismo Karl Krauss decía " consumimos y vivimos de forma que el medio consume al fin, por lo que podemos resumir que el consumo es vital para nuestras vidas"

Por otra parte se desprende que el ingreso tiene mucho que ver con el consumo debido a que cada vez hay una mayor propensión a consumir, pero esto es explicado por las leyes económicas de la siguiente forma:

A) propensión marginal a consumir la cual esta representada por una unidad de cambio en el gasto del consumo por cada unidad de cambio en el nivel de ingreso lo que hace que tenga una variación, dependiendo de la línea de consumo a la que se aplique, los economistas manifiestan la importancia de la propensión media a consumir ya que nos indica si el nivel económico puede esperar cambios frecuentes o no tan frecuentes además de tener importancia porque indica el nivel de ingreso tanto de las familias como el ingreso nacional

²⁶ idem pág 128



así como la ocupación que tiene la población económicamente activa.

Así mismo la microteoría del consumo nos habla acerca del comportamiento del consumidor la cual la estudia a través de tres variables:

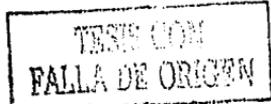
1) Ingreso familiar

2) los precios que entran en el gasto familiar

3) los intereses que las familias pagan por solicitar o recibir préstamos,

no obstante estas actitudes están condicionadas por factores culturales y económicos poderosos, en el estado actual es posible enumerar algunas de las fuerzas que conforman las actitudes básicas de los individuos hacia el ahorro y el consumo, a lo que Keynes llamo como la unidad de consumo comparada con el ingreso corriente en una forma permanente, otro factor que influye en el consumo es la edad y el tamaño de la familia ya que es común que las familias jóvenes consideren al ahorro como una necesidad menos urgente para la atención familiar que la, acumulación del capital en forma de automóviles, muebles, ropa etc. Por lo que las familias maduras ya han invertido en estos rubros en cambio para las familias de edad media tiende a crecer la necesidad de ahorrar, modificando de esta forma el ingreso disponible de cada familia no obstante lo anterior la importancia que tiene la relación consumo-ingreso respecto a la unidad de gasto, ya que el consumo disminuye cuando el gasto aumenta.

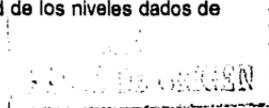
Otro punto importante es la influencia de los precios en la inclinación subjetiva de los consumidores en relación con la forma de gastar su ingreso, ya que los precios pagados por bienes y servicios influyen en el consumo, debido a que si estos cambian el ingreso real también cambia ya que existe un aumento, en los



precios de forma automática y se reduce el poder adquisitivo de los consumidores y por lo tanto el consumo baja, por otra parte los motivos que inducen hacia el ahorro pueden ser lo bastante poderosos como para superar el deseo de consumir, de manera que una baja en el ingreso originada por un alza de precios es posible que sea acompañada por una declinación en el gasto del consumidor y viceversa una baja en los precios originaría una elevación del gasto del consumidor, toda vez que los menores precios le darían la capacidad a las familias de lograr sus propósitos de ahorro con un nivel superior de consumo.

Debemos admitir que los cambios en el nivel de precios tendrán efectos diversos sobre los diferentes grupos de consumidores debido a que las familias pobres gastan normalmente casi todo o todo el ingreso que reciben, por otra parte los grupos muy ricos alcanzan fácilmente sus metas de ahorro, por lo que para ellos los aumentos en los precios no significa ninguna reducción en su consumo real, en consecuencia el efecto de carácter agregado y los cambios en el nivel de precios, depende en parte de la forma en que se distribuye el ingreso en la sociedad. Por otra parte una distribución en la que prevalece el interés de las familias pobres se traducirá en una propensión al inalterable tanto en el aumento como en la disminución de precios, por el contrario cuando estas disminuciones o aumentos favorezcan a los grupos de ingresos de nivel medio originaran un descenso o una elevación en el consumo-ingreso.

Otro factor importante que influye en el consumo son las tasas de intereses las que se determinan de la siguiente manera : la estabilidad de los niveles dados de



ingreso, el tamaño y edad de la familia y la posición que los consumidores guarden dentro de la escala de ingreso .

Independientemente de los tres factores mencionados y desarrollados existen otras influencias que propician el consumo como los son:

- a) condiciones de crédito
- b) el nivel, composición y distribución de los activos líquidos de la unidad familiar;
- c) el ingreso corriente de la familia;
- d) los activos acumulados por los activos líquidos y
- e) las condiciones crediticias que propician la capacidad de la familia para obtener préstamos.

El crédito al consumidor es un recurso independiente e importante para las familias, un aumento en el valor del enganche o una limitación en los periodos de pago del préstamo a una corta duración harían más difícil para el consumidor pedir prestado, así que mejores condiciones de crédito tendrían un efecto estimulante sobre el gasto.

Los activos líquidos de la familia también constituyen una fuente de gasto para el consumo corriente el razonamiento que respalda al efecto-activo es que las familias desean, retener una cierta cantidad de dinero y de otros activos líquidos con relación a su nivel de ingreso corriente ya sea para hacer frente a sus gastos inesperados o cualquier otros. Desde el punto de vista de la familia individual el efecto-activo sobre la relación de consumo depende de la dotación total de activos con que cuenta la familia, no obstante las investigaciones estadísticas

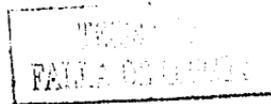
TESIS 000
FALLA DE ORIGEN

recientes parecen demostrar que el nivel de activos líquidos en poder del sector familiar, tomados en conjunto tienen un impacto considerable sobre la propensión a consumir particularmente dentro del corto plazo.

Actualmente se ha encontrado que la propensión al consumo depende del tamaño y de la edad del jefe de la familia y de las expectativas de ingreso, el nivel corriente de precios, la tasa de interés y la ocupación del jefe de familia.

El consumo-ingreso agregado al sector familiar de economía familiar se deriva en las relaciones de consumo- ingreso individual, lo que refleja la conducta de las unidades familiares así como la forma de conducta. El ingreso disponible se determina mediante la multiplicación del ingreso medio correspondiente a cada tipo de familia por el número de ellos dentro de cada clase. El consumo agregado es determinado en forma similar, por cada nivel de ingreso existe un nivel de consumo.

Keynes habla de los objetivos determinantes del gasto de consumo, el más destacado es el PNB pues este es el que determina el total de la cantidad que será distribuida a todos los sectores de la economía, los ahorros de la empresa y los impuestos, desde el punto de vista del nivel del gasto de consumo, las filtraciones tendrán como consecuencia la reducción del ingreso disponible y por lo tanto la reducción del nivel del consumo a cualquier nivel del PNB, de la misma forma si el consumo disminuye y es compensado con otros gastos el PNB tendrá



que descender, por el contrario si existen menos filtraciones el PNB tendrá un efecto contrario al mencionado.²⁷

Las fuerzas que afectan la magnitud del consumo son en gran medida de carácter institucional, el consumo refleja las prácticas que siguen las empresas de negocios con respecto a las asignaciones para depreciación, políticas en el pago de dividendos y pagos de salarios, por lo que el gobierno influye sobre el consumo mediante sus políticas de impuestos y pagos de transferencia, de esto se deduce que estas prácticas influyen severamente sobre las fluctuaciones en el consumo y en el ingreso nacional.

La utilidad de nuestras nociones acerca del gasto del consumidor depende de cuan capaces sean de explicar su conducta real, por lo que es necesario examinar los hechos en que se manifiesta el consumo para ver en que forma y en que medida se relacionan con el gasto, el control de precios, el racionamiento, el ahorro forzado, la asignación de la producción entre las industrias de bienes y servicios no destinados al consumo los cuales influyen en el gasto del consumidor con relación a lo que hubiera prevalecido en los mercados libres, otro factor importante en el consumo de un país es el nivel de población, por lo que si la población aumenta se produciría por si mismo un consumo, o por el contrario si el ingreso percapita disminuye el consumo bajaría aunque el número de población no cambie.

²⁷ Taylor Weldon, Mercadotecnia, ed Quinta. Ed. Trillas México 1996 pág 192-193



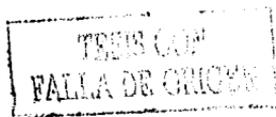
H). MEDIOS DE COMUNICACIÓN (PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN ETC) Y CONSUMO

Para un consumidor el contar con la información necesaria acerca del mercado es de gran relevancia porque se convierte en una herramienta natural e imprescindible para que pueda tomar las mejores decisiones debido a que a través de ella es posible hacer del conocimiento público la calidad y mejores condiciones de los bienes de consumo, así como los servicios que adquiere ampliando y mejorando de este modo su oferta.

La información puede convertirse también en un instrumento privilegiado para hacer efectivo el traslado de los signos positivos de la gestión macroeconómica a la economía familiar, encaminándose a modificar hábitos y prácticas de consumo de la población para evitar que solo se limite a la simple búsqueda de mejores precios sino que norme criterio respecto a la calidad y utilidad de los productos, esto puede facilitarse a través de una serie de disposiciones legales que favorezcan una política informativa de profundidad orientada a fortalecer y ampliar la información con que cuenta.²⁸

Así el método de producción capitalista es el marco social en el que se desenvuelven los medios de comunicación masiva, dicho en otras palabras los medios de comunicación forman parte de una infraestructura social que permite a los individuos estar informados o conectados a una realidad y estos medios reproducen valores y hábitos culturales.

²⁸ Lerdo de Tejada Fernando Ob. Cit. Pág 103



Por ello podemos observar que los medios de comunicación en nuestra vida tienen un gran impacto porque por lo general el consumidor compra por lo que ve, escucha o lee sin embargo la mayoría de la población prefiere la televisión en vez de la lectura, por lo que la cultura se ve envuelta en un producto de consumo, incitando a las masas a avorazarse irreflexiblemente sobre los bienes o servicios, por ello actualmente en los procesos de comunicación y su intercambio con los procesos de consumo lo cual en una palabra significa consumir lo que provoca que el consumo se renueve constantemente provocando que no exista una racionalidad para productores y consumidores, un ejemplo claro se puede ver que en la Ciudad de México el 95% de la población tiene un televisor en casa y en ocasiones existen 2 o más; un porcentaje parecido posee radio; y un 70% tiene una videocassetera, un 45% actualmente posee una computadora y se encuentra conectado algún sistema de internet lo que facilita a la población un acceso más rápido a los bienes de consumo ya que les ayuda a conocer rápidamente las cualidades más importantes de cada producto que se anuncia en estos medios masivos de comunicación lo que se puede ver en el siguiente esquema:

Canales culturales	68%
Noticieros	15%
Periódicos	59%
Teatro	40%
Museos	79%
Lectura libros	53%

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Aunque lo anterior visto desde el punto de vista de los publicistas consideran que la publicidad es generadora de empleos, ingresos y circulante en los países, otros publicistas opinan que la publicidad ayuda al consumidor para saber que es lo bueno y que lo malo y para crear o dejar de crear empleos, algunos otros creen que la labor de vender productos es totalmente lícita, crea puestos de trabajo y no pretenden que los consumidores se transformen en frailes dedicados a consumir lo menos posible teniendo como principal objetivo que si los consumidores van a consumir consuman mejor por lo que podemos ver que las tres corrientes coinciden en una generación de empleos y recursos además de contribuir al proceso de consumo de bienes.

Por otro lado el mercado, los medios y la publicidad ponen al consumidor como el máximo protagonista de sus campañas publicitarias, debido a que los medios están aquí forjando las psicologías colectivas, jugando al revés de sus esperanzas pasadas ampliando las frustraciones anteriores, ahora no se trata de convencer, educar, razonar, ni canalizar energías hacia fines determinados, sino que toman los instintos primarios de las masas, ocupando un segundo lugar la producción, la cultura y la política que se terminan convirtiendo en deseos sucesivos de la opinión, perdiendo los actores capacidad y juicio en estos tres rubros y solo se dedican a imaginar lo que se espera de ellos, el entendimiento de este proceso se lleva a una profunda y global crisis como la que estamos viviendo el triunfo del ultimo de los universalismos "el mercado".

Anteriormente durante los primeros años siguientes a la Segunda Guerra Mundial no había la necesidad de tomar en consideración los gustos y las preferencias de



los consumidores, porque los competidores eran escasos, sin embargo el boom económico creció sin mayor esfuerzo aunado a esto la televisión constituyo un instrumento extraordinario de promoción, sin embargo en los últimos 20 años las cosas ya no son así ahora hay que cazar al consumidor, el resultado de este objetivo es que la tecnología de la comunicación tiene como principal meta justificante el perseguir y seducir al consumidor.

Actualmente el marketing ha ayudado a que los productos obsoletos salgan del mercado y se creen nuevos espacios de consumo, beneficiándose principalmente de estos recursos las compañías transnacionales obteniendo rasgos comunes con tecnología de punta abriendo la puerta al uso comercial de las telecomunicaciones, lo que trae como consecuencia el uso privado de la telefonía y que ahora se pueda realizar compras de todo tipo de artículos sean o no de primera necesidad con el solo sentarse frente a una computadora y buscar accesos en el internet

Cuando los bienes de consumo se transforman en esperanza, cuando se aprende a consumirlo todo y por ello se aprende a pensar en solo vender sin importar si estos bienes tienen o no un beneficio para el individuo y el mercado, nace una sociedad de consumo equivocada, convirtiendo a los medios de comunicación en reguladores de los conflictos sociales e institucionales y al mismo tiempo en inhibidores de lo político, los medios se han convertido en el nuevo mito que confunde sin parara verdad e imagen, justicia y proceso, publicidad y mensaje, ciudadano y público, sufragio y sondeo, por lo que el mundo debe transformarse

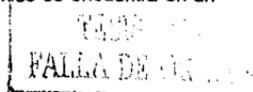
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

en un espectáculo, para tener derecho a aparecer, por lo que la opinión parece estar condenada a ser gobernada y fabricada por los medios, los cuales son dominados por algunos grandes sectores económicos pensando que si el consumo y la democracia van de la mano entonces la radio, la televisión, cable satélite y medios impresos deben volverse instrumento del marketing y por ende los productos de la mercadotecnia pueden reemplazar las creaciones intelectuales.

En todos los países se ha vendido la idea de que publicidad es sinónimo de libre expresión y casi en todos los países es protegida constitucionalmente, teniendo como resultado que la publicidad no es un poder, sino una consecuencia debido a que no gusta de debates contradictorios, aunque en la publicidad se pueden encontrar muchas cosas pero rara vez se encontrara la compasión, durante los últimos años se ha vuelto publicidad, luego comunicación terminándose por asimilar como cultura, dependiendo de la visión que tiene la empresa del mundo y la realidad que la rodea teniendo que observar el paralelo que se marca entre el consumo, la política la cultura, los medios de comunicación, la publicidad el populismo, la delincuencia de los estados y las instituciones nadie puede estar fuera de época.

ESTA TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA

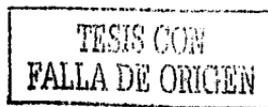
Si nos referimos específicamente a la sociedad mexicana, la cual se encuentra en una crisis de consumo, en el cual es cada vez más inseparable y menor el número de compradores y vendedores ajustándose a una economía basada en el equilibrio de la producción y el consumo actualmente México se encuentra en un



nivel de subconsumo con todas sus implicaciones empobrecedoras y sus síntomas perturbadores como el ocio y no en una vía deseable a la sociedad del bienestar, sino por la vía condenatoria de las insuficiencias por lo que cada país esta determinado por su realidad social, su modelo produce y reproduce el patrón de consumo en todas sus variantes: equilibrios carencias y excesos por ello para los economistas y publicistas el principio de que una sociedad de consumo con el riesgo del exceso es preferible a una sociedad de subconsumo amenazada por la miseria la cual forma parte de la cultura de nuestro tiempo.²⁹

La publicidad que está situada y actúa sobre la doble vertiente de la necesidad y el deseo, una veces encauza, otras orienta y otras refuerza, de tal manera que la sociedad de consumo ha alimentado a la publicidad que difícilmente podría vivir sin ella, ya que nos permite conocer mejor el vientre de las necesidades y deseos facilitando su digestión al saber lo que el hombre quiere y traducirlo a un mensaje persuasivo encargándose de hacer compañía a los deseos solitarios o descubrirlos en sus seguimientos colectivos de aquí que la publicidad no solo sea un oficio sino un artículo de primera necesidad en el consumo, por ello los medio de comunicación han desarrollado un modelo vertical de comunicación en el que el emisor es el plenipotenciario del acto y el receptor es quien admite o rechaza la propuesta aunado a la proliferación de productos y servicios que cubren las mismas necesidades, hasta el punto de dejar confundido al consumidor.

²⁹ ibidem pág 198



Por lo anterior los usuarios y consumidores cuentan con dos fuentes informativas: una directa a través de los productos que consumen y servicios que utilizan y otra indirecta por medio de la publicidad y de los medios de comunicación, fuentes que actúan como mediadoras para proporcionar información a las fuentes productoras, por su parte las empresas e instituciones pugnan por dar a conocer sus negocios y servicios entre la sociedad y para todos, ya sea mediante los medios ya mencionados u otros como las agencias de noticias y medios de comunicación, para los que las mejores noticias y que mas venden son aquellas que resultan negativas para las empresas lo cual da como resultado la concepción mercantil de la información predominante en los medios de comunicación.

Lo que puede llevar a una confrontación entre los intereses de las empresas y de productos y servicios y las empresas que manejan los medios de comunicación, por tanto los medios como los diversos públicos tienen sus propias exigencias de actualidad debido a que las direcciones de comunicación deben saber cuales son las necesidades de una y de otras para actualizarles la información ya que es de explorada lógica que tanto los usuarios como los consumidores necesitan información procedente de las empresas promotoras de productos y servicios y de los medios de comunicación para elegir entre las múltiples ofertas del mercado debido a que el consumidor esta habituado con un producto y si se encuentra satisfecho con el mismo no lo deja, es la experiencia del consumo o del uso la que reporta la mejor información por eso ante los abusos la legislación sobre consumo que existe en los países interesados en defender a los consumidores de los atropellos del mercado los cuales suelen ofrecer datos precisos sobre

TRABAJO
FALLA DE ORIGEN

determinados aspectos que deben observar los productos y servicios, en México la LFPC contempla en sus artículos 32 a 45 en los cuales marca las directrices de composición fecha de caducidad, conservación, etiquetados, precios, prácticas abusivas entre otros, además de facultar a la Procuraduría para sancionar o retirar de los medios publicidad que atenté de alguna forma contra el consumidor. Porque se supone que la publicidad es información claramente orientada a la exaltación de la bondad de los productos con el objetivo de que sean adquiridos constituyendo así un instrumento útil para dar a conocer los bienes y servicios debido a que si es mayor la ventaja de un artículo sobre los demás o si es único en el mercado, es menor la persuasión que se tiene que hacer sobre el comprador y por lo tanto la información funciona por sí misma.

Por lo que se podría decir que la información persuasiva y promocional tienen una fuerte influencia en todos los actos de consumo, convirtiéndose los medios de comunicación en intermediarios de información sobre el consumo de acuerdo a sus propios intereses, enfoques y personalidad lo que trae como consecuencia que la información que ofrece no siempre coincide con la de las empresas e instituciones y en ocasiones la misma legislación requiere de los medios de comunicación para que produzcan o transmitan programas de consumo y esta situación en México se vive claramente con los programas de televisión y radio que la misma Procuraduría tiene a su cargo, no obstante lo anterior haciendo un análisis en las cadenas y emisoras de radio y televisión nos podemos percatar que tales programas aparecen con mucho menor frecuencia por ello es imperante que



exista un nuevo modelo de radio y televisión públicas enfocadas totalmente al servicio público y no rendidas al enfoque comercial.

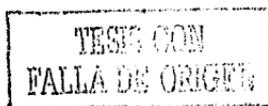
Dentro de este análisis es preciso establecer y aclarar la dinámica de interacción de la producción de productos con el consumo y su interrelación con el papel que desempeñan los medios de comunicación, tanto en su organización empresarial como en sus sujetos de consumo por parte de los destinatarios, debiendo tomar a la información como un objeto de consumo y al consumo como objeto de la información así como la utilización de los medios de comunicación como propiciadores de consumo mediante la información y la publicidad, es decir, los medios de comunicación buscan tener una plusvalía a través de los mensajes que difunden de las ideas que de alguna manera imponen o de los procesos que producen, formando parte de la infraestructura como de la superestructura del Estado.

A nivel internacional se ha venido considerando a los medios de comunicación como instrumentos que ayudan al desarrollo de las naciones y ocultan el doble papel que juegan los medios de control de mercados de consumo y de control ideológico, de esta forma los productos o servicios que se emplean forman parte de un sistema de bienes de consumo que son vendidos dos veces: a las agencias de publicidad y al público consumidor, estando sujetos como toda sociedad anónima a las leyes del mercado como son la oferta y la demanda dichas normas exigen que los productos de consumo y los mensajes sean estandarizados en todo el mundo, de este modo los medios de comunicación no muestran las

TESE CON
FALLA DE ORIGEN

diferencias culturales de la sociedad, aunque existan diversidad de mensajes y contenidos.

En la teoría del libre mercado se crea la idea de que la audiencia es libre porque puede escoger el medio y los mensajes y puede aceptar o consumir uno u otro producto creando condiciones de supuesta libertad de expresión pero que se reducen a una simple libertad de empresa, teniendo como objetivo una rentabilidad tal como se había mencionado en renglones anteriores por lo que existen horarios preestablecidos para aumentar el contenido del consumo que ejerce tal nivel de presión sobre el auditorio que éste se ve obligado a consumir de una forma inevitable.



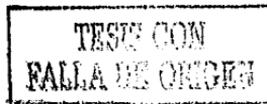
3.- NORMATIVIDAD JURIDICA

A) Constitucionalidad

B) Creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor formal y materialmente.

C) Procuraduría Federal del Consumidor desde el punto de vista del Poder Judicial Federal respecto de su competencia

D) Critica de la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor.



A) Constitucionalidad

Partiendo desde el primado de la norma suprema sobre las demás leyes que de ella se derivan. De la Constitución se derivan la legalidad o ilegalidad (inconstitucionalidad) de las leyes ordinarias rigiéndose siempre por lo marcado en la constitución y en cuanto las necesidades sociales cambien deberá recurrirse a las leyes orgánicas para su adaptación, no existiendo así en México tribunales específicamente constitucionales, ni figuras como el ombudsman o el defensor del pueblo etc. Por ello necesariamente conoce la Suprema Corte de la constitucionalidad o inconstitucionalidad de las leyes a través del juicio de amparo directo, por ello y según la jurisprudencia "La autoridad administrativa no puede examinar la constitucionalidad de una ley".

Es menester aclarar que constitucionalidad debe entenderse por encima de todo precepto al que se le haga referencia, pero además debe captarse la idealidad que anima el denominado espíritu de una Constitución.

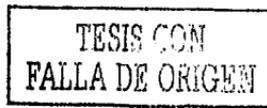
De lo anterior se deriva que las leyes ordinarias u orgánicas, como sería específicamente la Ley que nos ocupa (Ley Federal de Protección al Consumidor) no puede ser desde el punto de vista formal anticonstitucional; es decir no es contraria ni a precepto alguno, ni a la voluntad del legislador (pueblo), no contradice así lineamientos concretos, específicos y en su caso al significado del contenido constitucional, coincidiendo así con la axiología jurídica recogida en nuestra Norma Superior teniendo como parte de su finalidad el bien común (en

este caso específico la protección al consumidor como parte débil en la relación contractual).

De lo anteriormente manifestado se desprende que la Ley Federal de Protección al Consumidor se encuentra enmarcada constitucionalmente en el artículo 28 párrafo segundo de la Constitución fijando como tarea fundamental el regular precios máximos de artículos de consumo necesarios, evitando que en la cadena de producción-consumo existan intermediarios no indispensables o excesivos que lleven a un mayor costo de los productos así como debe adoptar las medidas procedentes para que el pueblo reciba bienes y servicios oportunamente con calidad y a precios adecuados y finalmente al disponer... "la Ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses"³⁰ enmarca la protección al consumidor debido a que este constituye el último eslabón del aparato productivo del Estado, la propia Constitución le otorga esta protección como principio y remite a las leyes secundarias que en este caso sería la LFPC.

Debido a que la Procuraduría esta facultada para imponer sanciones como la clausura de establecimientos e imponer sanciones pecuniarias a los proveedores que no acaten los ordenamientos que la ley marca tales como condiciones de salud, precios y formas de distribución esto sin tener una invasión a alguna de las

³⁰ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Comentada Art. 28 UNAM, México 1999.



facultades que pertenezcan a alguno de los otros poderes o de alguna autoridad que componen la división de poderes en el Estado mexicano.

Además y como ya se ha anotado en el capítulo segundo el procedimiento administrativo es el trámite legal que debe acatarse para dar nacimiento a una declaración administrativa teniendo dos aspectos importantes de resaltarse; el primero el beneficio que tienen los particulares debido a que si cuentan con un procedimiento que este establecido en una ley general tienen la seguridad de que gozaran de los derechos de legalidad y audiencia que la Constitución otorga en sus artículos 14 y 16 y que son de aplicación general a todo ser, teniendo así en este caso los consumidores la certeza de que la autoridad no actuará en forma caprichosa o en forma arbitraria sino que cuenta con un procedimiento legal establecido; el segundo aspecto resulta positivo para los órganos administrativos en este caso para la Procuraduría que tiene facultades decisorias porque así sabrá cuales son los trámites a seguir y a los que tiene que dar respuesta creando una seguridad al apegarse a ellos será válida y legal.

Es decir que la LFPC al regular los procedimientos administrativos enmarcados en ella esta regulando la antesala de un proceso ya que lo que hace es fijar una secuela legal para que la Procuraduría pueda emitir un acto jurídico sin embargo indefectiblemente la LFPC aunque sea una ley de carácter federal debe acatar los principios que consagra nuestra Constitución Política, constituyendo un esfuerzo de legalidad por regular a las instituciones encargadas de atender las relaciones de consumo en nuestro país respondiendo así a la necesidad imperante de

TEMS CON
FALLA DE ORIGEN

procurar un nuevo tipo de las relaciones Estado-sociedad ubicándose de esta forma en un marco legal para hacer cumplir los preceptos constitucionales que ubican a las garantías individuales y a los derechos sociales como elementos indispensables para lograr que cada día las instituciones como la Procuraduría tengan una vida más participativa en la sociedad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

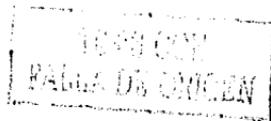
b. creación de la ley federal de protección al consumidor formal y materialmente.

Desde el Constituyente de 1917 es deber de nuestra generación velar porque la actividad del consumo se rija mediante principios de equidad que aseguren la concordancia entre el crecimiento económico y la justicia social, dado que el objetivo de la ley del consumidor desde su origen en 1975 al ser sometida a consideración del Congreso a sido con el espíritu de promover y proteger los derechos del consumidor así mismo procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo por lo anteriormente expuesto y debido a que el artículo 71 fracción de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

En forma general la LFPC esta ordenada en quince capítulos cada uno de los cuales aborda diferentes aspectos de las relaciones de consumo.

Capítulo I Disposiciones Generales comprendidas del artículo 1 al 18 en estos artículos se encuentra señalado el objeto y el ámbito de acción de la Ley, así como los órganos auxiliares para su aplicación. Define además los conceptos de consumidor, y proveedor como sujetos de las relaciones de consumo.

Así mismo reconoce a la SECOFI, como la dependencia de la administración pública federal encargada a falta de competencia específica de alguna dependencia del Ejecutivo Federal, de expedir la normatividad derivada de la ley, y a la PROFECO como la instancia responsable de vigilar su cumplimiento.

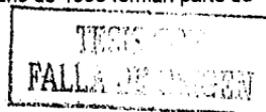


Todos los proveedores y consumidores quedan obligados a acatar la LFPC, ya sea se trate de particulares o entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, en cuanto tengan el carácter de proveedores o consumidores, de la misma forma se faculta a la PROFECO con la posibilidad de solicitar a cualquier autoridad, consumidor, proveedor, persona física o moral, todo tipo de informes, datos, muestras, pruebas para el ejercicio de sus funciones, además de establecer también la obligación del proveedor de entregar al consumidor factura o comprobante en cualquier operación comercial lo cual se contempla como un derecho del consumidor

Capítulo II de las Autoridades comprendidas del artículo 19 al 31 en estos artículos se agrupan diversos ordenamientos que anteriormente estaban dispersos. En este rubro se define la competencia de la SECOFI en materia de consumo en lo que se refiere a la emisión de las Normas Oficiales Mexicanas (Nom's) así como las extranjeras que se ofrecen en el mercado en lo relativo a medidas, cantidades, calidades, pesos, garantías, así como la exhibición de precios.

Por otra parte se señala a la PROFECO, como único órgano de la administración pública federal encargado de vigilar el cumplimiento de las obligaciones contenidas en la ley, sus atribuciones y las del Procurador Federal del Consumidor.

En este nuevo esquema las atribuciones y facultades que desempeñaba el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) en materia de investigación, orientación educación a partir de la reforma a la ley hecha en el año de 1995 forman parte de



la responsabilidad de la PROFECO. De esta forma dicha Procuraduría cuenta entre sus nuevas atribuciones las siguientes: celebrar convenios con organizaciones de proveedores y consumidores para el logro de sus objetivos institucionales, establecer convenios de colaboración con entidades paraestatales y otros organismos nacionales y extranjeros, para promover la equidad en las relaciones de hacer del conocimiento público la falta de atención a las excitativas enviadas a las autoridades competentes para evitar practicas recurrentes que lesionen los intereses de los consumidores, además de actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios; así como promover la participación de los sectores privado y social en la definición y financiamiento de programas de trabajo específicos.

Así mismo se prevé el ámbito de la acción de la PROFECO al facultar para promover acciones de grupo a favor de consumidores, cuando a su juicio se estén vulnerando derechos e intereses.

También dispone que las relaciones de trabajo entre la Procuraduría y sus trabajadores se regularán por la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado y señala las funciones e integración de un Consejo Consultivo para protección del consumidor, como auxiliar de las autoridades el cual debe estar integrado por representantes de los sectores productivos y de las organizaciones de consumidores designados por el Secretario de Comercio y Fomento Industrial, a propuesta del Procurador Federal del Consumidor.

Capítulo III de la información y publicidad comprendidas del artículo 32 al 45 fija la obligación de que todos los productos nacionales o de procedencia extranjera contengan la información necesaria para su consumo óptimo en etiquetas, envases o publicidad respectiva, por lo menos en idioma castellano.

Otorga a la Procuraduría la finalidad expresa para ordenar la suspensión de la publicidad que pretenda confundir o engañar a los consumidores, esto sin perjuicio de la intervención que otras disposiciones legales asignen a distintas dependencias entidades publicas.

También dentro de este capítulo se señala la obligación del proveedor de incluir un instructivo en productos o servicios que se consideren potencialmente peligrosos para el consumidor o lesivos para el ambiente, teniendo la Procuraduría la facultad de solicitar a la autoridad administrativa competente la regulación de la venta de productos o prestación de productos o prestación de servicios susceptibles de provocar efectos perjudiciales para la sociedad, en general o para la salud física o psíquica de los consumidores en particular.

Así mismo, establece que la Procuraduría puede hacer referencia pública de productos, marcas, servicios o empresas en forma específica, como resultados de investigaciones objetivas sobre su calidad competitiva y comportamiento, prohibiendo los acuerdos, códigos de conducta o cualquier colisión entre proveedores, publicistas y otras personas, encaminados a ocultar información en perjuicio de los consumidores.



Capítulo IV de las promociones y ofertas. Comprendidas de los artículos 46 al 50 incorpora de una manera muy clara una disposición que obliga a los proveedores a especificar en la publicidad correspondiente en los casos en que las ofertas y promociones se refieran a saldos o productos defectuosos.

Así mismo se eliminó la necesidad de contar con autorización previa, por parte de la SECOFI para la realización de ofertas y promociones, excepto en los casos referidos expresamente en la ley.

En caso de incumplimiento de las ofertas y promociones, dispone que los proveedores están obligados a responder sobre los daños y perjuicios, los cuales no deben ser inferiores a la diferencia económica entre el valor esperado del bien o del servicio objeto de la promoción y el precio correspondiente al momento de hacerlos efectivos o el de la contraprestación recibida.

Capítulo V de las ventas a domicilio mediatas o indirectas comprendidas del artículo 51 al 56 en este rubro la ley señala que el proveedor deberá entregar al consumidor un ejemplar del contrato respectivo a fin de que pueda exigir su cumplimiento y hacer valer sus derechos y en su caso solicitar la nulidad, cuando no sea posible la entrega debido a que la operación se haga por medios como teléfono, televisión, servicios de correo, internet o cualquier otro medio electrónico e inclusive a través del telemarketing en el que no haya trato directo entre el proveedor y el consumidor, el primero queda obligado a verificar que la entrega del

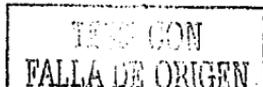


bien o servicio se haga en el domicilio correcto o que el consumidor está plenamente identificado; establece mecanismos para devoluciones, reclamaciones y reparaciones y absorber los gastos de transporte y envío de las mercancías dentro del plazo de garantía.

Por otra parte en caso de que el cobro por un bien o servicio se haga en forma automática al recibo telefónico o a una cuenta de crédito o a otro recibo o cuenta pagada por el consumidor, el proveedor y el agente deben advertirlo en forma clara tanto en la publicidad, en el canal, en la página de venta o en el recibo correspondiente. Esta misma situación se advierte para aquellos casos en que la compra involucre el pago de una llamada de larga distancia o gastos de entrega.

Capítulo VI de los servicios comprendidos de los artículos 57 al 65 de la LFPC especificando que los prestadores de servicios de cualquier naturaleza, que reciban a cambio una contraprestación en numerario o especie tienen el carácter de proveedores a excepción de aquellos que se deriven de una relación laboral así como aquellos que se presten por una institución financiera también fija la obligación del empleo de partes y refacciones nuevas y apropiadas, además se establecen las sanciones en caso de incumplimiento la indemnización que el proveedor deberá otorgar al consumidor en caso de deficiencias en el servicio.

Capítulo VII de las operaciones a crédito comprendidas en los artículos 66 a 72 de la LFPC en este tipo de operaciones el consumidor debe de estar perfectamente enterado de las condiciones a las que se sujeta el crédito tales

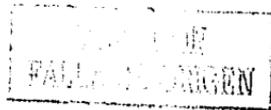


como: el precio de contado, plazos, cargos e interés, forma de renegociación del crédito, descuentos, bonificaciones o cualquier condición que haga variar el monto, así como, los momentos de rescisión del contrato.

Capítulo VIII de las operaciones con inmuebles establecidos en los artículos 73 a 76 en este rubro marca la competencia de la Procuraduría y de la Ley para el caso de que se trate de constructoras para vender al consumidor los tiempos compartidos, así como las condiciones de entrega de los inmuebles y se faculta a la Procuraduría para intervenir y promover ante la autoridad judicial cuando se vea afectado del consumidor siempre y cuando la acción se encuentre vigente.

Capítulo IX de las garantías (arts. 77 a 84) en este renglón se dispone que el proveedor debe hacer constar en pólizas claras, precisas y escritas en idioma castellano expresando claramente su alcance, duración, condiciones y mecanismos para hacerla efectiva y que de ninguna manera deben ser inferiores a las disposiciones aplicables.

Fija la responsabilidad solidaria ante el consumidor de los fabricantes, distribuidores e importadores de bienes y servicios para el cumplimiento de las garantías, Así mismo la reparación o reposición de los bienes de procedencia extranjera estará a cargo del importador o de quien lleve a cabo la venta al público.

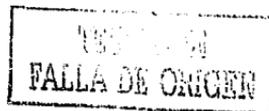


Establece los plazos respectivos para la devolución o cambio de mercancías y las modalidades para que el proveedor pague al consumidor una cantidad igual al precio que éste hubiese pagado por el amedamiento de un producto similar, durante el tiempo en que se realicen las reparaciones o el mantenimiento, además de los daños y perjuicios ocasionados.

Así mismo se establecen plazos específicos para la vigencia de las garantías de acuerdo al tipo de bien o servicio en cuestión permitiéndole al consumidor remitir sus reclamaciones a la Procuraduría aún fuera del plazo establecido en las garantías siempre y cuando acredite que presentó al proveedor su insatisfacción dentro del plazo mencionado.

Capítulo X de los contratos de Adhesión del artículo 85 al 90 contempla una definición más clara y precisa acerca de este tipo de contratos, establece que la SECOFI determinará mediante Nom's que contratos deberán ser registrados ante la PROFECO, así mismo en cualquier caso la Procuraduría conserva la atribución de sancionar y perseguir las violaciones a esta ley.

Establece la invalidez de cláusulas abusivas para el consumidor y fortalece las acciones de carácter preventivo, al disponer como facultad de la Procuraduría la realización de estudios previos a la autorización y registro de los mismos, a fin de no contravenir la ley, con lo que se pretende contribuir a la existencia de relaciones de consumo más equitativas a través del enriquecimiento de las fuentes

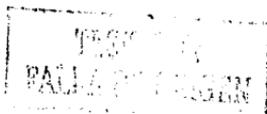


y criterios dentro de los contratos de adhesión, para este caso la Procuraduría puede requerir de los proveedores toda la información que juzgue pertinentes.

Capítulo XI del Incumplimiento (arts. 91 al 95) Dispone el derecho del consumidor a solicitar la devolución de los pagos hechos en exceso, de los precios máximos establecidos en los bienes o servicios que adquiera o contrate, además hace hincapié en la responsabilidad de los proveedores con respecto de la calidad de bienes y servicios al establecer criterios rigurosos en materia de cantidades, medidas, ingredientes incrementando las posibilidades de reclamación, bonificación y reposición de los productos a consumidores en caso de incumplimiento.

Señala también que los productos que sean repuestos por los distribuidores o comerciantes o por los que devolvieron la cantidad recibida en pago, deben a su vez, al entregarlos a su proveedor o fabricante y este último deberá reponer el producto o bien, cubrir el costo de su reparación o devolución, salvo que el defecto sea imputable al distribuidor.

Sin embargo y tal vez el aspecto más importante que la ley tiene en materia de responsabilidades sea el artículo que establece que el incumplimiento de las normas establecidas en la ley y las que de ella se deriven, por parte de los proveedores serán causa de responsabilidad por los daños y perjuicios que ocasionen independientemente de otras vías.

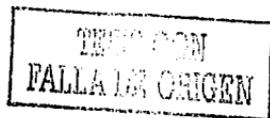


Capítulo XII de la vigilancia y verificación.

Del art. 96 al 98 faculta a la PROFECO, para llevar a cabo labores de vigilancia y practicar visitas de inspección, con el fin de comprobar la aplicación y cumplimiento de la ley y señala el derecho de toda persona a denunciar las violaciones a la ley de manera escrita y para el caso de que alguien denuncie alguna violación a la ley la Procuraduría queda facultada para actuar de oficio o a petición de parte dependiendo del tipo de denuncia que se haga ante ella o ante otros medios pero que sea necesaria la intervención de la Procuraduría

Capítulo XIII Procedimientos art. 99 al 124 en este rubro se especifica en forma simple y ordenada todos aquellos preceptos relativos al procedimiento ante la Procuraduría para resolver controversias suscitadas de las relaciones de consumo. Así el capítulo respectivo se divide en cuatro secciones: disposiciones comunes, procedimiento conciliatorio, procedimiento arbitral y procedimiento por infracciones a la ley. En lo que respecta a las disposiciones comunes la ley no establece que las reclamaciones que reciba la Procuraduría no requieren de formalidad alguna; no obstante dicha institución se reserva el derecho de rechazar las reclamaciones que resulten notoriamente improcedentes.

También señala que una vez presentada la reclamación se interrumpe el término para la prescripción de las acciones en el orden mercantil o civil durante el lapso que dure el procedimiento, con esto se busca que la Procuraduría tenga una actuación más autónoma y que cuente con un menor número de obstáculos para la ejecución de sus resoluciones.

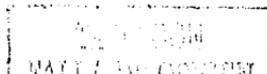


Con las mas recientes modalidades hechas a la LFPC se busco fortalecer la orientación de la PROFECO como institución preventiva para lograr avenir a las partes en su conflicto de intereses.

Capítulo XV sanciones comprendidas del artículo 125 al 134 dispone una serie de medidas destinadas a salvaguardar los intereses de los consumidores sin que ello provoque inhibición alguna para la actividad comercial en el país.

Así la ley contempla cinco criterios para la imposición de sanciones: la capacidad económica del infractor, el carácter internacional de la infracción, si se trata de reincidencia, la gravedad de la infracción y el perjuicio causado al consumidor o a la sociedad en general, con esto se reconoce la diversidad existente entre los proveedores y se busca contribuir a la equidad en las relaciones de consumo. Además cuenta con la posibilidad de dejar sin efectos, condonar, reducir o conmutar las sanciones que la Procuraduría hubiere impuesto. La conmutación consistirá en la aplicación de otra sanción o en la realización de algún tipo de promoción oferta u otra conducta a cargo del proveedor que beneficie a los consumidores.

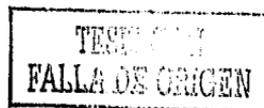
Por otra parte la nueva legislación señala que cuando un proveedor viole de manera grave y reiterada las disposiciones de la ley, la Procuraduría pueda excitar a las autoridades competentes para que cancelen revoken o dejen sin efecto la concesión, licencia, permiso o autorización respectiva o si las circunstancias lo ameritan se proceda a la cancelación definitiva, con esta atribución la institución puede terminar de fondo con prácticas nocivas que atentan contra los intereses



de las mayorías, aunque es importante señalar que esta medida se aplicaría en casos extremos y tiene como propósito contribuir en la prevención de conductas lesivas.

Capítulo XV los recursos administrativos del artículo 135 al 143 prevé los órganos competentes y el recurso administrativo procedente en contra de las resoluciones emitidas por la Procuraduría. Regula los procedimientos que deben seguir las personas inconformes con las resoluciones dictadas por la Procuraduría, estableciendo plazos para la presentación de pruebas, casos en que las resoluciones no son recurribles, modalidades y sucesos que ameriten la presentación de testigos con el fin de que la institución promueva la equidad y no incurra en arbitrariedades que lesionen injustamente los derechos e intereses de los proveedores, esto debido a que normalmente las resoluciones dictadas por la Procuraduría son adversas al proveedor y si bien es cierto que se busca que el consumidor obtenga una real reparación del daño también se busca que el proveedor no se sienta desprotegido.

La LFPC constituye un verdadero esfuerzo de ordenamiento legal para que las instituciones que regulan las relaciones de consumo en el país tengan una mejor y más equitativa procuración de justicia en lo que se refiere a este tipo de relaciones quedando en la legislación en estudio inscrita en necesidades impostergables que la población tiene, así mismo muestra la preocupación del Estado frente a las tendencias internas y externas que influyen en el comportamiento de las actividades de consumo en el país.



En este sentido la LFPC se ubica en el marco general de las acciones que la administración realiza para cumplir con los preceptos constitucionales que ubican a las garantías individuales y a los derechos sociales como elementos indispensables para la construcción de un México Próspero y democrático.

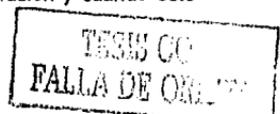
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

C. Procuraduría Federal del Consumidor desde el punto de vista del Poder Judicial Federal respecto de su competencia.

El poder judicial tiene una gran importancia con respecto a la LFPC debido al carácter que la propia Constitución le otorga ya que al tener encomendada la interpretación en última instancia de los preceptos legales enmarcados tanto en la Constitución como de aquellos que se deriven de esta así mismo al dar la fuerza al orden jurídico de nuestro país suma más aún importancia a la existencia de tal orden jurídico.

Por lo que no podemos dejar desapercibida la injerencia que el Poder Judicial tiene en la administración Pública teniendo como finalidad el mantener intactas y sanas las relaciones jurídicas-administrativas, así como lograr su desarrollo, es decir trata de defender los derechos de los particulares en este caso específicamente los derechos de los consumidores así como mantener el control efectivo y jurisdiccional de los actos que la Procuraduría realice.

Sin embargo y como el propio Jorge Carpizo menciona el que el Poder Judicial pueda resolver sobre la administración no es nuevo ya que desde la época de las audiencias reales el gobernado podía acudir a instancias judiciales para obtener una respuesta, por ello es que los conflictos de competencia no solo pueden producirse entre distintas jurisdicciones o entre tribunales de la misma jurisdicción sino también entre los tribunales y la administración y cuando esto

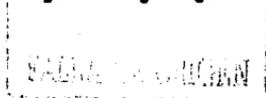


sucede la terminología legal adecuada es hablar de cuestiones de competencia cuando es planteada por la administración y recurso de queja cuando se plantea por los tribunales.

Así cuando surgen conflictos se deben resolver por alguno de los sistemas establecidos para ello:

- A) el sistema judicial el cual atribuye al Poder Judicial la resolución de los conflictos que surjan fundándose en la aplicación de la ley al caso concreto cuando es de aplicación jurisdiccional deberán de conocer los órganos encargados del Poder Judicial sin que pueda la administración sostener que dicho poder es juez y parte debido a que en este caso no actúa por interés sino por deber.
- B) El segundo sistema confía la resolución de este tipo de conflictos a los órganos del Poder Legislativo, teniendo este sistema grandes problemas legales y prácticos además de que en nuestro país no se aplica.
- C) El tercer sistema es el sistema administrativo el cual se confiere la resolución de estos conflictos al jefe de Estado, a la administración como órgano del Ejecutivo.

En nuestro país corresponde a la Suprema Corte de Justicia de la Nación resolver respecto a estos conflictos por lo que se ha adoptado el primer sistema mencionado debido a que los dos últimos no se encuentran en condiciones de resolver convenientemente cuestiones de esta naturaleza toda vez que no tienen criterios uniformes en los que pudieran inspirarse, por consiguiente ningún órgano



es el más adecuado para resolver más que el Poder Judicial debido a que este tipo de conflictos tienen una naturaleza rigurosamente jurídica. Por lo que la resolución incumbe a la Suprema Corte sesionando en pleno. Según el artículo 11 fracción XIV de la Ley Orgánica del Poder Judicial Federal.

Así mismo la SCJN ha emitido jurisprudencia al respecto, utilizando como ya se había mencionado el sistema judicial ejemplos de ellos son casos específicos como la terminación de un arrendamiento, ya que en este caso corresponde a un juez para conocer ya que si la Procuraduría pretendiera plantear cuestión respecto de su competencia se estaría excediendo en sus funciones.

Evidentemente la Procuraduría tanto en su procedimiento conciliatorio como arbitral actúa como un amigable componedor siendo necesario que los tribunales intervengan para poder ejecutar los laudos que la Procuraduría en caso de actuar como arbitro emita concluyéndose que no actúa como autoridad jurisdiccional ya que carece de competencia para conocer de cualquier controversia judicial porque si lo hiciera estaría atentando contra la división de poderes que la Constitución marca.

Con estos ejemplos sustentamos que aunque la LFPC su aplicación es federal no está por encima del Poder Judicial sino que el máximo organismo de interpretación de leyes le da la supremacía de este sobre la primera.

TRABAJO CON
FALLA DE ORIGEN

D) Crítica de la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor.

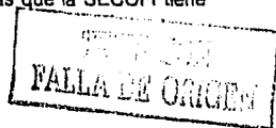
Considerando que las principales finalidades de la Procuraduría son la de Representación, vigilancia y tutela, deben ser independientes a los principios que regula alguna otra disposición en los diversos asuntos que ante la misma Procuraduría se ventilan, así mismo solo existe un régimen de coordinación de órganos estatales por lo que la flexibilidad de funciones en nuestro orden constitucional permite la mejor realización de los fines que persigue el Estado, por lo cual la Constitución en su artículo 125 protege precisamente esta coordinación de funciones estipulando las condiciones que impidan una duplicidad.

No obstante que la Procuraduría tiene una personalidad jurídica propia y que no depende de ningún organismo, su competencia tiene un campo limitado debido al tipo de relaciones que tutela debido a que en ocasiones por la calidad de las personas que intervienen en un conflicto la Procuraduría no puede actuar porque hay una contraposición con lo que estipulan otros ordenamientos legales de aplicación federal y la misma ley por lo que para estar en posibilidades de criticar la competencia de PROFECO nos es necesario dividir en tres apartados de acuerdo a cada tipo de procedimiento en los cuales la Procuraduría tiene injerencia.

- A) Procedimiento Conciliatorio en este tipo de procedimiento la competencia de PROFECO a nuestra consideración es extremadamente limitada por lo que la consideramos como una instancia de mero trámite administrativo en el cual en la mayoría de ocasiones queda expedita a la voluntad de las

partes sin ejercer una mayor coacción por parte de la Procuraduría para que dicha resolución sea cumplida, así y como se analizará en el próximo capítulo el representante de la Procuraduría se limita a ser un amigable componedor, en esta situación una o ambas partes pueden o no acudir ante la Procuraduría para tratar de llegar a una solución a su conflicto de intereses, no obstante que se realice un convenio que es en realidad la solución al conflicto que se puede emitir y que no es meramente emitido por la Procuraduría sino solo avalado por ésta no hay forma de ejecutarlo toda vez que si el consumidor desea ejecutar dicho convenio tendrá que iniciar un juicio ante los tribunales judiciales en el cual posiblemente quede en estado de indefensión por ello es que a nuestra consideración la Procuraduría debería de continuar fungiendo como protector de los intereses del consumidor, esto sin pretender que la Procuraduría tenga injerencia como autoridad, sino que tenga una actuación de asesoría legal al consumidor durante el proceso judicial que se siga ante la autoridad correspondiente es decir que en este caso el consumidor contaría con un Defensor Oficial y de esta forma no tendría que erogar un gasto mayor al que realmente representa el daño inicial.

- B) En el Procedimiento Arbitral la competencia de PROFECO es un poco menos limitada debido a las facultades que la propia ley le otorga a los árbitros, toda vez que es facultativo de las partes decidir si el árbitro a designar en el procedimiento es de la misma Procuraduría o algún otro fuera de la Procuraduría y que aparezca en las listas que la SECOFI tiene



de los árbitros legalmente facultados aunque en este campo la intervención de la Procuraduría es un poco más amplia porque en caso de ser la propia Procuraduría quien a petición de las partes designe al árbitro tendrá la obligación este de dar cuenta del criterio que emita para una adecuada resolución o en su caso del proceso de acuerdo a lo establecido por reglamento del art. 122 de la LFPC de esta forma nos damos cuenta que la ley le marca tiempos y formas para el procedimiento tal y como lo analizaremos en el capítulo siguiente al analizar el procedimiento arbitral.

- C) En el procedimiento por infracciones a la ley es donde podemos ver una participación más marcada por parte de la Procuraduría en cuanto a su competencia ya que esta al recibir una aviso o una denuncia de alguna violación hecha por parte del proveedor a lo establecido en la ley la Procuraduría inicia una investigación para llevar a cabo sus funciones de vigilancia y en otros casos no es necesario que exista una denuncia ya que en diversas ocasiones la Procuraduría de acuerdo a las funciones que ejerce tiene la obligación de realizar una constante vigilancia e inspección en asuntos que pudieren lesionar al consumidor como son precios máximos de productos básicos, inspección y calibración de básculas para evitar que al consumidor se le de un menor peso en los productos que esta adquiriendo, además de evitar abusos por parte de los proveedores o prestadores de servicios como lo es el cobro excesivo de colegiaturas, pagos de luz, o por el servicio telefónico, con estas acciones llevadas a



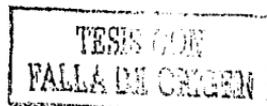
**4. RESOLUCIONES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR Y
SU ALCANCE JURIDICO.**

- A) Análisis del Procedimiento Conciliatorio**
- B) Análisis del Procedimiento arbitral**
- C) Análisis del Procedimiento por Infracciones a la Ley**
- D) Resoluciones de la Procuraduría Federal del Consumidor y su alcance
jurídico**

TEMA CON
FALLA DE ORIGEN

cabo continuamente en muchas ocasiones se evita que el consumidor tenga la necesidad de realizar una denuncia para que sea restituido en algún daño causado por el proveedor, o simplemente se evita que el consumidor sufra ese daño sin embargo y no obstante que la Procuraduría realiza esfuerzos continuos es necesario que como en todo tema de discusión es necesario empezar a educar respecto al consumo y a concientizar respecto a los derechos y necesidades que cada ser humano tiene respecto al consumo.

Para que de ser necesario instituciones como la Procuraduría tengan una vida más activa y respondan con verdadera eficacia a las necesidades de la sociedad porque no obstante que se cuenta con centros de inspección distribuidos en todo el país no son suficientes ya que solo son 22 centros y se cuenta con pocas unidades de la Procuraduría en cada estado, dejando a cientos de consumidores olvidados y sin tener acceso a la información necesaria para hacer que sus derechos como consumidores no sean vulnerados.



A) Análisis del Procedimiento Conciliatorio

La LFPC en su capítulo XIII contempla cada uno de los procedimientos que pueden llevarse ante la PROFECO.

El primero de ellos es el procedimiento conciliatorio que se encuentra contemplado en los artículos 111 a 116 claro esta que no deben dejarse a un lado las disposiciones generales que la misma ley enmarca.

La conciliación puede ser de diversas formas la conciliación inmediata telefónica o personal son lo más práctico y rápido para llegar a una solución ya que es un servicio de conciliación express para solucionar las reclamaciones vía telefónica o con una visita al domicilio del proveedor una vez que PROFECO ha recibido la queja se comunica inmediatamente con el proveedor o con el prestador de servicios, con el fin de solicitarle que resuelva el problema rápidamente, en caso de que el proveedor no cuente con teléfono, PROFECO ofrece el servicio de conciliación domiciliaria para que en compañía de un abogado de PROFECO acuda el consumidor al domicilio del proveedor para intentar llegar a un arreglo conciliatorio, en caso de que la queja no sea resuelta a través de los medios anteriores, existe la conciliación personal que se analizará a continuación.

El procedimiento da inicio cuando algún consumidor interpone ante la Procuraduría su reclamación la cual puede ser en forma escrita u oral (art. 99),

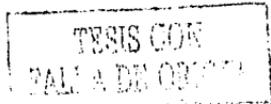
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

esta reclamación puede hacerse por el consumidor afectado o por persona que acredite tener plena capacidad jurídica la cual debe acreditar conforme a lo que establece el artículo 109, es decir para las personas físicas será suficiente presentar carta la que debe estar firmada ante dos testigos, en el caso de personas morales se requerirá poder notarial.

La reclamación referida en el párrafo anterior deberá contener los elementos esenciales para su identificación y también la Procuraduría pueda tener conocimiento de los hechos por ello debe contener nombre, y domicilio de la persona que esta haciendo la reclamación, así mismo el reclamante deberá describir con la mayor precisión posible el bien o servicio que esta reclamando y narración sucinta de los hechos ocurridos; además debe señalar nombre y domicilio del proveedor (art. 99 fracción I a III), para poder presentar la reclamación el consumidor debe tomar en consideración donde puede presentar sus reclamación; lo cual puede ser en lugar en que se haya originando el hecho motivo de la reclamación; en el domicilio del propio consumidor o en el del proveedor esto se da para poder fijar la competencia territorial de la Procuraduría.

Una vez recibida la reclamación la Procuraduría le asigna un número específico para identificarla, así mismo se convierte en una obligación por parte de la Procuraduría notificarle personalmente al proveedor dentro de los quince días siguientes a la fecha de la recepción y registro de la reclamación (art. 103).

Después de esta notificación la Procuraduría señalará una fecha y hora específica para la celebración de una audiencia de conciliación que tendrá lugar 4 días



después a la notificación (art. 111) en la cual el proveedor deberá rendir un informe que este relacionado con los hechos en caso de que no se presente el proveedor o no rinda el informe mencionado se citará a una segunda audiencia, claro esta que la ley contempla una medida de apremio de carácter pecuniarío y la audiencia se postergará para los 10 días siguientes, en caso de no presentarse a la segunda audiencia se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo que el reclamante manifiesta (art. 112).

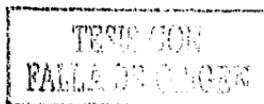
En caso de que sea el reclamante el que no se presente se diferirá la primera audiencia y se citará para dentro de 10 días posteriores en caso de incurrir se le tendrá por desistido de su reclamación y no podrá presentar una nueva reclamación ante la Procuraduría por los mismos hechos.

De llevarse a cabo la audiencia la Procuraduría actuará a través de un conciliador como amigable componedor exponiendo ante las partes un resumen de la reclamación y del informe de los cuales tratará de señalar los elementos comunes y los puntos controvertidos, exhortando a las partes para que lleguen a un arreglo, sin tomar parte, ni decidir por alguna de ellas, y solo tratará de presentar una o varias opciones de solución art. 113 en esta audiencia las partes podrán aportar todas y cada una de las pruebas necesarias, aunque en la práctica los convenios o laudos no se producen en una sola audiencia, en ocasiones debido a la carga de trabajo o a petición de una o ambas partes se puede diferir la audiencia hasta por dos ocasiones ya sea porque estén en pláticas conciliatorias o porque en ese momento el proveedor no pueda dar cumplimiento al servicio solicitado o no tenga

TESTES CON
FALLA DE ORIGEN

la posibilidad de reparar o cambiar inmediatamente el bien materia de la inconformidad, debiendo reanudarse dentro de los 15 días siguientes (art. 114); para contabilizar los días que se han venido mencionando se entenderán por naturales si el término del plazo fuera en día inhábil se entenderá que concluye al día hábil siguiente (art.108)

Cabe aclarar que de cada audiencia se levantará una acta circunstanciada, de este procedimiento la resolución será el acuerdo o convenio al que lleguen las partes, resolución que se analizará en el último punto de este capítulo teniendo el carácter de cosa juzgada, además de que la jurisprudencia dice que no siempre es necesario agotar esta instancia antes de ejercer alguna acción de carácter civil o mercantil.

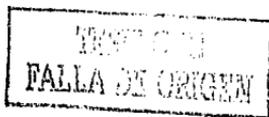


B) Análisis del Procedimiento Arbitral

El sometimiento de las partes para lograr una solución a sus diferencias jurídicas y de acuerdo a las circunstancias que imperen y la decisión que tomen los sujetos involucrados para someterse a las decisiones de un tercero que en este caso sería básicamente el árbitro, porque el procedimiento arbitral en la gran mayoría de ocasiones es más rápido que el judicial, menos solemne y con menores formulas de alguna forma más privado o secreto, además de que el arbitraje suprime actuaciones y hace que los plazos sean menores, por lo que resulta una economía de tiempo y trabajo para los mismos tribunales además de favorecer la transacción y disminuir la litigiosidad evitando el escándalo de algunos juicios y reduce los abusos en los medios de defensa; atempera la animadversión de los litigantes vencidos, como abogados ayuda a ennoblecer la tarea que tenemos en nuestras manos ya que dirige sus esfuerzos a la pretensión de disputas y mejora la substanciación del procedimiento.

No obstante estas cualidades y a pesar de que el arbitraje ha sido más estudiado que el proceso se asimila y en otras ocasiones se le contrapone, sin embargo es menos practicable que el proceso.

El arbitraje es una institución procesal, con bases procesalmente sentadas y con sustancia procesal que implica reglas que atañen el orden público y la intervención del árbitro implica una abrogación del oficio judicial y en ocasiones se podría decir que al arbitraje no se le puede ubicar en una sola disciplina jurídica.



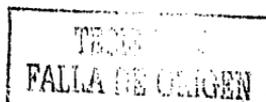
Así mismo el arbitraje debe cumplir con una estructura básica al mismo tiempo cada parte del arbitraje debe cubrir requisitos generales para poder formar precisamente parte de esa estructura así tenemos que el arbitraje se integra por un acuerdo, un procedimiento, un laudo y su ejecución, aunque no siempre aparecen todas estas etapas, sin embargo teóricamente es necesario mencionarlás ya que de no hacerlo en lugar de arbitraje se estaría hablando de figuras limítrofes o paralelas, el arbitraje estructurado de la forma antes mencionada representa para la práctica un prototipo que procura que el laudo dictado sea cumplido en forma espontánea, así a la ejecución se le toma como punto de partida de nuevos procedimientos que pueden ser judiciales o administrativos, las consecuencias prácticas del arbitraje varían radicalmente según se le tome como convenio o como vía pública, debido a que las partes deben ajustarse a lo que establezcan y si alguna de las partes viola su promesa de ajustarse a la voluntad del tercero, debe resarcir los daños derivados de la violación del pacto bilateral y puede ser constreñida mediante una acción judicial a que cumpla su compromiso.

El acuerdo o compromiso.- es un contrato procesal que además de una situación, produce una relación jurídica, el arbitraje suele dividirse en voluntario y forzoso, aunque también se habla necesario, obligatorio, legal una de las clases que se encuentra en el segundo sector es el que se regula por la cláusula compromisoria, acto accesorio de un contrato sustancial por lo que las partes convienen en encomendar a un tercero el encargo de decidir las controversias que entre ellas puedan surgir tal es el caso que prevé el art. 116 de la LFPC en donde si no, existe un arreglo entre las partes en el procedimiento conciliatorio pueden ellas

designar a la Procuraduría como arbitro o algún arbitro designado oficialmente, así que si ambas partes se ponen de acuerdo y manifiestan su voluntad se estará formando el acuerdo o compromiso para dar inicio al procedimiento arbitral, suponiendo la previa aceptación del laudo pero al mismo tiempo encontramos una contradicción debido a que si ya se tiene reconocida una institución arbitral por las partes el pacto se convierte en un contrato imperfecto, además de que el nombramiento del arbitro viene a efectuarse cuando las partes se hallan en plena desavenencia y seguramente en actitud hostil, por lo que es necesario distinguir tres hipótesis del arbitraje:

- a) caso en que se celebra compromiso;
- b) caso en que se estipula cláusula compromisoria;
- c) caso en que la ley reenvía al arbitraje de cuerpos especiales.

El procedimiento arbitral se rige tanto por la ley sustantiva como la ley procesal, el arbitro en el procedimiento puede alcanzar la posición del juez, en el procedimiento arbitral no hay propiamente constitución en juicio, lo que da como resultado que el arbitraje puede quedar limitado al encargo de una obra intelectual, sin embargo no deben confundirse el hecho meramente circunstancial de que las partes confieran a arbitro la facultad reglamentaria del procedimiento, con la cuestión de la naturaleza de estas reglas, cabalmente la aceptación de los árbitros marca el nacimiento del proceso, de esta manera la formación progresiva de la formación del pacto entre las partes es previo a la aceptación del arbitro, pero no es necesariamente el presupuesto del proceso, porque cabe que sea el , arbitro y



no las partes quien regule o reglamente tomando la decisión de los sujetos a acudir a un tercero para que:

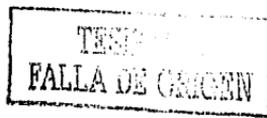
- A) Estipule la obligación opinando libremente
- B) Para que dentro de las afirmaciones opuestas de los interesados infiera la solución valida con lo que el tercero concluye dialécticamente aunque cada parte desee una resolución especial debido a que los árbitros deben determinar en su resolución el objeto del derecho de las partes que puede ser una misión la cual se apoye en una fuerza obligatoria del laudo porque existe un deber de someterse a la decisión que el arbitro designe.

El procedimiento arbitral se encuentra regulado en los artículos 117 al 122 de la LFPC, en caso de no haber llegado a un acuerdo conciliatorio para resolver el conflicto de fondo las partes como ya se había mencionado pueden designar a la Procuraduría como arbitro, sin embargo aquí la ley tiene una contradicción con el primer párrafo del art. 116 y la última parte del art. 117 ya que este último menciona que no es necesario que exista un procedimiento conciliatorio previo y sin embargo el art. 116 menciona en sus últimas líneas la necesidad de que exista el procedimiento conciliatorio, en caso de aceptarse el arbitraje se hará constar en un acta en la que deberán señalarse los puntos esenciales de la controversia y que tipo de arbitraje será (art. 118), en párrafos anteriores mencionábamos cuales son las regla para fijar el tipo de arbitraje siendo este en amigable composición en el cual no hay reglas legales pero deben agotarse las formalidades esenciales del procedimiento, pudiendo el arbitro allegarse de todos los elementos necesarios que el juzgue convenientes para poder resolver las cuestiones que se le hayan

planteado, en este tipo de arbitraje no pueden haber términos perentorios(art. 119), que a nuestra consideración puede ser un error debido que en determinado momento esto pueda perjudicar al procedimiento debido a que en ocasiones o tal vez en la mayoría, alguna de las partes pueda utilizar esta situación que la propia ley marca para retrasar el procedimiento dejando de alguna forma a la otra parte en estado de indefensión.

Si las partes deciden que el arbitraje sea en estricto derecho ambas deben definir el compromiso, debiéndose llevar el procedimiento apegado a reglas generales de carácter legal, en caso de que no puedan aplicarse este tipo de reglas porque no existan o porque no sean aplicables al caso concreto se aplicara el Código de Comercio en lo que se refiere al arbitraje. Si por algún motivo no hubiera disposición aplicable se aplicaría el ordenamiento procesal civil local que regule el caso en particular (art. 120).

Independientemente de las funciones como arbitro que la Procuraduría ejerza las partes pueden señalar a algún arbitro oficialmente reconocido, para ello la SECOFI lleva una lista de árbitros independientes, los cuales deben también cumplir con determinados requisitos que establece el reglamento del artículo 122de la LFPC el cual tiene como objetivo el regular la actuación de estos árbitros (art. 1 del Reglamento del art. 122 de la LFPC), pudiendo estos árbitros actuar por designación de cualquiera de las dos partes (consumidor, proveedor) si se hiciera la designación de alguno de estos árbitros sus actuación será dentro del territorio



nacional y en la plaza que la SECOFI le asigne (art. 3 párrafo 2º del Reg. Del art. 122 de la LFPC).

Una de las funciones del arbitro es emitir el laudo respectivo después de haber llevado a cabo todo el procedimiento y de haberse allegado de todas y cada una de las pruebas que las partes pudieron haber aportado, laudo que tendrá el carácter de cosa juzgada y obliga a las partes para que se ejecute su contenido.

TESIS CIVIL
FALLA DE ORIGIN

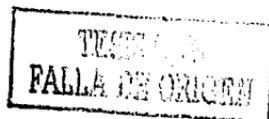
C. Análisis del Procedimiento por Infracciones a la Ley

Este procedimiento se lleva a cabo por parte de la Procuraduría cuando de alguna manera recibe la información por parte de un consumidor o algún miembro de la sociedad manifiesta alguna alteración por parte de los proveedores en lo que marca la ley o bien cuando el proveedor y el consumidor no llegan a un acuerdo conciliatorio y no designa como arbitro a PROFECO, ni algún arbitro designado, pueden hacer valer sus derechos en la vía y forma que consideren conveniente.

Independientemente de que se dejan a salvo los derechos de las partes, PROFECO analizará si la parte proveedora ha incurrido en violaciones a la LFPC o no.

para que la Procuraduría pueda imponer alguna de las sanciones que marca la ley, cuando el proveedor haya cometido alguna infracción, la PROFECO debe notificar al presunto infractor el motivo del procedimiento, así como debe detallar los hechos que se consideren para fundar la infracción, dándole al proveedor un término de diez días hábiles para que este presente las pruebas necesarias en su defensa y manifieste en forma escrita lo que en derecho le convenga y corresponda.

La Procuraduría tiene la obligación de admitir todas y cada una de las pruebas que el proveedor presente, siempre y cuando se encuentren ajustadas a derecho, una vez admitida se procederá a su desahogo, así mismo la Procuraduría podrá



solicitar alguna otra prueba que estime pertinente al proveedor o a terceros para que sea posible la acreditación de las infracciones a la ley (art. 124)

Concluida la etapa probatoria el proveedor o presunto infractor contará con dos días hábiles para que presente sus alegatos conforme a lo que en su derecho considere pertinente.

Transcurridos estos términos PROFECO, debe analizar las pruebas que se hayan presentado y los antecedentes para dictar una resolución que varía de acuerdo a la infracción cometida y que será motivo de análisis en lo procedente a resoluciones

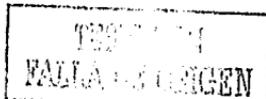
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

D. Resoluciones de la Procuraduría Federal del Consumidor y su alcance jurídico.

Resoluciones son todas aquellas dictadas por los tribunales civiles, del trabajo administrativos y por todo tipo de tribunales que tenga poder de decisión y/o ejerza poder de jurisdicción.

Este capítulo será motivo de análisis en tres apartados debido a las resoluciones que son emitidas después de llevarse a cabo cada uno de los diversos procedimientos que ya han sido analizados en el capítulo precedente:

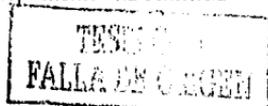
En el procedimiento conciliatorio los convenios que celebren las partes deben ser aprobados por la Procuraduría siempre y cuando no vayan en contra de la ley y cuando el acuerdo que le recaiga a este tipo de convenios no admita recurso alguno (art. 115 de la LFPC) teniendo la fuerza de cosa juzgada, debido a que la voluntad de las partes es suprema por ello cada parte es libre de aceptar o no las condiciones que en ellos se estipule, dichos convenios pueden ser un arreglo parcial o la devolución de un porcentaje del costo del bien o del costo de la prestación del servicio o bien que sean reemplazados en su totalidad, aunque en muchas ocasiones cada una de las partes desea que el convenio sea mas favorable a sus intereses y por ello no se puede llegar a un acuerdo entre ambas partes y a pesar de que esta resolución tenga carácter de cosa juzgada no se da cabal cumplimiento debido a que generalmente el proveedor vuelve a violar este convenio porque saben que no hay forma de obligarlo y el consumidor por



desconocimiento de otro ordenamiento legal, debido a que de no existir un arreglo conciliatorio se puede llevar a cabo el arbitraje y si este no se admite por ninguna de las dos partes se dejan a salvo los derechos de ambas (art. 116) sin embargo igual que el procedimiento arbitral son una antesala a un proceso ejecutivo mercantil sin embargo a nuestra consideración este tipo de procedimientos no tienen factibilidad práctica debido a que si el consumidor desea ejecutar este convenio tiene que iniciar un proceso que le costará posiblemente una mayor inversión en tiempo y dinero porque tendrá la necesidad de contar con la asesoría de un abogado y no existe la certeza de que el juez de primera instancia al emitir la sentencia le sea favorable por lo que nuestra propuesta es que de iniciarse el proceso ejecutivo la Procuraduría pueda seguir con su función de asesoría y protección al consumidor proporcionándole asesoría desde la presentación de la demanda, así como la ejecución de la sentencia, lo cual podría llevar a pensar que se busca una ampliación de competencia de la Procuraduría sin embargo esto de ninguna manera es así y cabe aclarar que lo que se busca es que el consumidor tenga la seguridad jurídica de que sus derechos como consumidor que han sido conculcados sean reparados de el mayor ámbito posible.

Las resoluciones del procedimiento arbitral resultan ser un laudo que es parte fundamental y casi final del procedimiento arbitral lo que sustenta que el arbitraje compuesto por cuatro cuerpos estructurales básicos implica dos sectores de funcionamiento, el primero comprende la normatividad del compromiso y su desarrollo procedimental que puede alcanzar la índole procesal cuando las partes accionen

realmente y no se limiten a exponer el caso; el segundo abarca desde la decisión hasta la ejecución, porque entre ejecución y obligación hay una indiscutible diferencia, la inaplicabilidad de la coacción no resta obligatoriedad y validez al laudo, por lo que los árbitros carecen de potestad para compeler a terceros y testigos ejecutar por sí los laudos. Porque aún dentro de las limitaciones dogmáticas la cuestión sigue siendo entre jurisdicción y ejecución porque no se discute que los árbitros puedan proceder a instruir el proceso y a decidir en derecho o en equidad, sino que carecen de potestad ejecutiva, actualmente la doctrina continua pugnando porque el laudo reciba ejecución directa debido a que este es el efecto del compromiso de las partes al someterse al arbitraje, sin embargo el laudo por sí mismo tiene existencia y eficacia propia pudiendo ser atacado sin que el compromiso se vea afectado por lo que el laudo sigue siendo el blanco de la censura judicial, porque si a consecuencia de la impugnación llega a ser anulado o revocado de todas formas no afecta el compromiso o a la función jurisdiccional de los árbitros porque si en determinado momento el árbitro esta facultado para decidir inapelablemente, se califica al laudo dictado en equidad, mientras que si se le autoriza para reglamentar no se puede hablar ni puede hablarse de procedimiento en equidad sino convencional porque si se ataca al laudo por violaciones cometidas al decir no se invoca el compromiso sino la ley o la equidad evidentemente el origen contractual del juicio arbitral es el origen de la falta de poderes de los árbitros en lo tocante a terceros y la inaplicabilidad de la intervención coactiva y tampoco las partes pueden obligar a un tercero a intervenir, en este caso el árbitro al pronunciar el laudo será en vano, lo que no impide que el proceso se desarrolle, sin embargo fuera de estas circunstancias que atañen al árbitro y no al laudo mismo se podría decir que este no es propiamente una sentencia

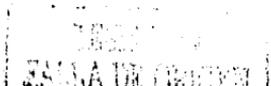


dicha en derecho ya que entre el laudo y sentencia tienen un punto de coincidencia: los intereses privados son susceptibles de decisión, más aún cuando en el arbitraje no existe proceso, sino procedimiento más o menos complicado o extenso todavía queda el hecho de que el laudo es como la sentencia, una interpretación imperativa de un tercero, sobre pretensiones contrapuestas de las partes, a las cuales en algunas ocasiones le precederá un procedimiento y que puede Alcanzar la estructura del proceso, en otras bastará el simple conocimiento de las pretensiones en contradicción.

"Weill recurre a todos los medios discursivos para sostener que el laudo no es sentencia y llega hasta revisar las reglas del procedimiento para demostrar que no son las formas establecidas para los tribunales, porque en el arbitraje no hay publicidad de las audiencias "³¹, sin embargo en el arbitraje no es el único caso en que se prevé la privacidad debido a que la ley procesal civil también contempla el secreto en las audiencias, por lo tanto los árbitros deben de instruir en común y no pueden ni deben delegarse atribuciones, cuestión que la ley y la doctrina ya han resuelto en contrario sensu.

El mismo autor mencionado anteriormente encuentra una confusión entre procedimiento y laudo porque él menciona que las partes tienen la potestad de dispensar a los árbitros de seguir o no las reglas legales y así mismo los puede

³¹ Briceno Sierra Humberto, Consideraciones sobre el arbitraje ed. Segunda Ed. Cárdenas Editorial y Distribuidor México 1990 pág 316



autorizar a decidir en equidad y sin formalidad, a condición de respetar el orden público, sin embargo a nuestro criterio consideramos que esto no debe ocurrir debido a que cada una de las partes puede elegir por apearse a estricto derecho y el otro puede elegir por la flexibilidad que podría llevar a una nueva contraposición que nos llevaría que nos llevaría a preguntar a quien se sometería esta nueva consideración.

Sin embargo se debe distinguir si un arbitraje es con un procedimiento simple donde se presenta el compromiso, algunas memorias y pruebas y con esto se justifica la naturaleza del laudo como sentencia, por otro lado el arbitraje con procedimiento convencional nos da la bilateralidad de la instancia quedando esta prácticamente eliminada en la primera parte del procedimiento (audiencia) quedando facultados los árbitros para seguir en el procedimiento los plazos y las formas establecidas para los tribunales a menos que como ya se ha mencionado las partes pacten otra cosa, el laudo resulta ser la obra intelectual de tal manera que en obvio al someterse las partes a un procedimiento arbitral se espera que se emita un laudo así el artículo 121 de la LFPC habla y da vida a la resolución que emita la Procuraduría después del procedimiento arbitral al mencionar "**el laudo dictado**" ... sin embargo en este artículo consideramos que en la ley existe una laguna legal porque habla de un cumplimiento, así mismo especifica el término legal para iniciar su cumplimiento sin embargo el sector funcional que integra la segunda parte del arbitraje tiende a que el laudo debería de realizarse coactivamente sea porque los compromitentes no le den cumplimiento espontáneo O porque un tercero con interés lo persiga, por lo que queda en una suposición si el laudo es susceptible de ser ejecutado, porque basta pensar en la certeza.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

negativa y que por lo tanto la ejecución es improcedente, por lo que respecta a la existencia de laudos ejecutables provocando una crisis respecto a su naturaleza jurídica, por ello constantemente se argumenta que el árbitro no puede ejecutar por lo que tampoco puede ejercer compulsión sobre las partes o terceros, lo que no prejuzga sobre su facultad de aplicar la típica sanción procesal que es la contumacia.

Por otra parte el artículo 122 de la ley en estudio habla **"de las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral"**. Da la pauta para ser recurrible a través del recurso de revocación y así mismo habla del "laudo arbitral" el cual solo puede ser impugnado por el recurso de revisión con lo cual la ley coincide con el pensamiento de Weill debido a que este sostiene "que el árbitro no es juez de primera instancia porque no se encuentra entre él y el tribunal de apelación la relación constante entre los dos grados, no hace otra cosa que develar la cuestión cardinal del laudo y su "impugnabilidad".

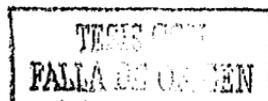
Lo que si se puede advertir que el laudo cumple con dos fases públicas por un lado en cuanto que es una decisión pública susceptible de ser recurrible y es decisión pública en cuanto que es un título ejecutorio ya que si un laudo es apelable es porque el propio Estado quiere asegurar que las personas que sean objeto de la justicia tengan la garantía precisamente de una justicia exacta aunque no siempre concede de acuerdo a sus pretensiones y esto es explicable de una forma racional debido a que los árbitros deciden en lo que no tienen competencia técnica y tal vez experiencia de donde resulta natural que se conceda la



oportunidad de reclamar la garantía de un nuevo examen de sus pretensiones a los jueces ordinarios con lo que podríamos pensar que todo el tiempo y esfuerzo que se realizó durante un procedimiento arbitral no se le da la debida importancia para ser determinable la controversia de pretensiones entre las partes y dejar que el alcance de la resolución dictada en dicho procedimiento se quede como un mero antecedente que pueda ser tomado en consideración por los jueces del orden común.

En el procedimiento por infracciones a la ley las resoluciones dictadas se encuentran en una especie de clasificación ya que para cada infracción además de la sanción especificada por la ley, la Procuraduría debe tomar en consideración los casos en que debe agravarse o atenuarse dicha resolución conforme a lo ya analizado en capítulos anteriores y establecidos en los artículos 128 segundo párrafo donde nos marca los casos en que se considera una violación a lo dispuesto por la ley como grave y por lo que además de lo considerado en los artículos anteriores al particular se procederá a la clausura del establecimiento, la cual puede ser de 15 o 30 días si se trata de reincidencia por ello el artículo 126 dispone primeramente una multa que puede ser "por el equivalente por una y hasta ciento ochenta veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal" para las siguientes infracciones:

- 1.- La violación al artículo 11 cuando el proveedor no haga devolución del depósito entregado por el consumidor o en su caso se haga la devolución parcial.
- 2.- la violación al artículo 15 cuando el cobro por un bien o servicio se realice antes del tiempo especificado para la entrega.



3.- la violación a los artículos 16 y 18 toda vez que en nuestro país existen empresas que se dedican a la investigación de crédito o a buscar información respecto a consumidores teniendo una finalidad de mercadotecnia no deben violar los datos que obtengan o utilizarlos con diversos fines o en su caso hacer algún cobro por proporcionar dichos datos.

4.- la violación hecha al artículo 60 debido a que en muchas ocasiones el consumidor al llevar a reparar algún bien no es informado respecto a que tipo de refacciones se van a utilizar para realizar dicha operación y los proveedores aún siendo conocedores que se deben usar refacciones nuevas utilizan refacciones que no son nuevas y solo las maquillan para hacer parecer como tales o en su caso utilizan nuevas pero de una menor calidad con la finalidad de obtener una mayor ganancia.

En el segundo grupo las sanciones son mayores ya que corresponde a una multa "por el equivalente de una y hasta 2500 veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal" en los siguientes casos:

1.- a lo previsto en el artículo 7 de la Ley ya que si el proveedor no respeta las condiciones precios o cantidades que se hayan pactado con el consumidor o el convenio realizado con este o que el proveedor se niegue a otorgar un servicio a alguna persona por tener alguna discapacidad.

2.- a lo previsto en el artículo 13 cuando no proporcione algún proveedor o autoridad y en este caso si el consumidor fuere el que se negare a proporcionar la información solicitada también será materia de la sanción mencionada ya que la ley obliga a proporcionar toda información que sea necesaria para substanciar los

procedimientos dando para ello un plazo determinado y que solo puede ser prorrogado por una sola vez.

3.- lo previsto por el artículo 17 cuando un consumidor sea molestado en su domicilio o en su lugar de trabajo por algún proveedor y que dicho consumidor no haya dado su autorización expresa.

4.- lo previsto por lo artículos 32, 33, 34,36,38,39,40,41,42,43,45 en lo que se refiere a los requisitos de publicidad e información en los productos y servicios ya que en muchas ocasiones no se respeta esta información o se cumple con ella parcialmente con la finalidad de que el consumidor no sepa realmente lo que esta adquiriendo, consumiendo o las condiciones en que esta solicitando un servicio.

5.- lo previsto en los artículos 49 y 50 en lo que se refiere a las promociones ya que en muchas ocasiones el proveedor ofrece servicios haciendo una alteración en hasta el doble del precio comercial para decir que esta ofreciendo una oferta o un precio menor y en muchas ocasiones este mismo no respeta la promoción hecha por él y al exigírsele el pago de los daños y perjuicios causados al consumidor se niegue a realizar dicho pago.

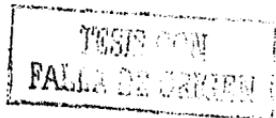
Un tercer grupo se encuentra enmarcado en el artículo 128 primer párrafo en donde la multa por las infracciones causadas será "por el equivalente de una y hasta dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal" en los siguientes casos:

1.- lo previsto en el artículo 8° debido a que muchos de los proveedores no respetan los precios máximos fijados por la ley o tarifas acordadas para cada servicio perjudicando de gran manera al consumidor.

TESORERÍA
FALLA DE ORIGEN

2.- lo previsto en el artículo 10 ya que en muchas ocasiones y principalmente en los centros de autoservicio al encontrarse a una persona sustrayendo algún artículo es revisado por personal de seguridad para evitar que se lleve dicho objeto, violando con ello la integridad personal del sujeto además de que se obliga al sujeto a pagar o a devolver lo sustraído con amenazas de ponerlo a disposición de las autoridades correspondientes sabiendo que no es esto último una opción sino una obligación para que el sujeto sea juzgado por el delito de robo y aunque datos recientes de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) revelo que sus perdidas anuales hacen a más de un millón de dólares consideramos que no es una justificante para atentar contra la integridad de una persona y que más bien se debería de integrar a este tipo de cadenas de autoservicio medidas de seguridad más eficaces para evitar el llamado robo hormiga.

3.- lo previsto en el artículo 12 que establece la obligación del proveedor de entregar factura nota o comprobante, obligación que establece la ley fiscal y que en nuestro país en la mayoría de las operaciones que realizamos los consumidores no se cumple cabalmente ya que en diversas ocasiones solo solicitamos dichos comprobantes para realizar el pago de nuestros impuestos pero en la mayoría de la población no los requieren por no tener que cumplir con una obligación hacendaria.



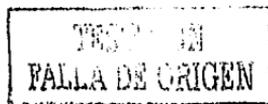
CONCLUSIONES

Primera.- El fortalecimiento de las políticas y de las instancias dirigidas a la protección al consumidor representan en la actualidad un apoyo indispensable para el desarrollo de las instituciones democráticas y las condiciones de equidad social

Segunda.- El consumidor es quien debe estar en primer plano en la economía de un país por ello las políticas deben de ir encaminadas a que la población en general tenga un mayor poder adquisitivo ya que si éste cuenta con los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades puede hacer que un Estado alcance niveles de competitividad internacional en todos los niveles .

Tercera.- La defensa y protección de los consumidores se plantea hoy en día ya no solamente como una demanda porque se lleven a cabo prácticas comerciales libres y honestas sino como una exigencia para que el consumidor disponga de una adecuada información y pueda adquirir los bienes y servicios que más le favorezcan sin presiones de ningún tipo.

Cuarta.- Efectivamente durante el siglo XX se cristalizaron los procesos industriales en masa, que han puesto al alcance de miles de personas, productos que anteriormente solo llegaban a las personas que tenían mayor poder adquisitivo por lo que no es un secreto que el acelerado proceso de



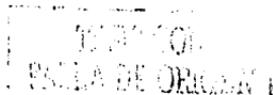
industrialización propicio la modernización de las técnicas de manipulación psicológica para hacemos consumir, acumular o derrochar o como decía Erick From nos convencieron de que lo importante en la vida es tener y no ser.

Quinta.- La defensa de los consumidores se inscribe dentro de un proceso de defensa de los derechos humanos en general, en un mundo complejo y cambiante en el cual el libre ejercicio de los derechos de los individuos se ve constantemente amenazado por sistemas que escapan del control efectivo de los ciudadanos y mayormente del control que el propio Estado puede ejercer.

Estos derechos en el plano del ius positivo corresponden a las garantías constitucionales que se han otorgado al consumidor para tutelar sus derechos fundamentales como tal.

Sexta.- En México antes que organizaciones Mundiales reconocieran los derechos del Consumidor y más aun antes de la aprobación de las Directrices de Protección al Consumidor hechas por la ONU ya se protegía al consumidor el cual ejercía una influencia fundamental sobre el desarrollo económico y social promulgando la Ley Federal de Protección al Consumidor

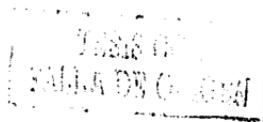
Séptima.- Relacionada a la anterior y con la promulgación de la Ley Federal de Protección al Consumidor se buscó moderar los principios de igualdad entre las partes, la libertad de contratación y de autonomía de la voluntad dándole coherencia y unidad en un solo ordenamiento elevando dichos derechos a la



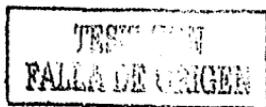
coherencia y unidad en un solo ordenamiento elevando dichos derechos a la categoría de normas de derecho social, con el propósito fundamental de igualar a quienes en la vida económica son desiguales como son el proveedor y el consumidor tutelando los derechos de éste último.

Octava.- El Poder Judicial frente a la Procuraduría Federal del Consumidor y las resoluciones que esta dicta tiene una gran importancia ya que al ser éste el regulador de los conflictos suscitados entre el consumidor y el proveedor ambos tienen la certeza de que realmente cuentan con una garantía de audiencia y de legalidad y que al emitir una resolución la Procuraduría no actuará de manera arbitraria ya que siempre se cuenta con la posibilidad de acudir a los tribunales comunes o en el mejor de los casos a los tribunales federales los cuales emitirán una verdadera solución.

Novena.- La competencia de la Procuraduría tiene sus limitantes de acuerdo a cada tipo de procedimiento que se puede tramitar ante dicha autoridad y consideramos que se debe ampliar dicha competencia dotando a la Procuraduría de algún instrumento legal para que sus resoluciones tengan un carácter de obligatoriedad, sin que esto lleve al consumidor a buscar nuevos instrumentos legales para hacer que la resolución que la Procuraduría haya dictado se cumpla y con ello lograr que la justicia sea pronta y expedita.



Décima.- Los procedimientos que se ventilan ante la Procuraduría son procedimientos a los cuales cualquier persona que se ubique en el contexto de consumidor y al cual le sean conculcados sus derechos como tal puede acudir ante la Procuraduría para que a través de alguno de los instrumentos legales con los que cuenta dicha institución le sean restituidos estos derechos, sin embargo todavía es necesario que por parte del Estado se realicen mayores acciones para que un número mayor de población tenga la posibilidad de solicitar los servicios que ofrece la Procuraduría.



BIBLIOGRAFIA

ALCALA ZAMORA Y Niceto Castillo Síntesis de Derecho Procesal (civil, mercantil y penal en Derecho Procesal Mexicano tomo II, Ed. Porrúa México 1997

----- Miscelánea Procesal Ed. Porrúa México 1996

----- Proceso. Auto composición y Defensa. ed. Tercera, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, México 1992.

BRICEÑO SIERRA Humberto, Estudios de Procesal volumen II ed. Segunda, Ed. Cárdenas Editorial y Distribuidor, México 1993.

-----, Consideraciones sobre el Arbitraje ed. Segunda Ed. Cárdenas Editorial y Distribuidor México 1990.

BUTAZZ; Renzo, Investigación Comercial, ed. Décima, Ed. Deusto España 1995, traducción Lorenzo Agostini.

CALZADA PATRON Feliciano Derecho Constitucional ed. Vigésima Ed. Harla México 1990.

CORTES FIGUEROA Carlos, Introducción a la Teoría General del Proceso ed. Octava Ed. Porrúa. México 1996.

DE PINA Rafael, Instituciones de Derecho Procesal Civil, ed. Décima Ed. Porrúa México 1998

D E SANTO Victor, Derecho Procesal Práctico ed. Quinta Buenos Aires 1995

DORANTES TAMAYO Luis, Elementos de la Teoría General del Proceso, ed. Sexta, Ed. Porrúa México 1998.

FLORES GOMEZ GONZÁLEZ Fernando, Gustavo Carvajal Moreno, Nociones de Derecho Positivo Mexicano, ed. Trigésima Sexta, Ed. Porrúa México 1999.

GÓMEZ LARA Cipriano Teoría General del Proceso, ed. Octava, Ed. Harla; México 1998.

GONZALEZ PEREZ Jesús Procedimiento Administrativo Federal ed. Segunda ampliada Ed. Porrúa México 1997.

HERBERT F. Holtje, Teoría y Problemas de Mercadotecnia, ed. Novena, Ed. Mc-Graw Hill, México 1991 Traducción Ing. Hortensia Corona de Countin.

LERDO DE TEJADA Fernando, El Consumo al Final del Milenio, Ed: Procuraduría Federal del Consumidor, México 1997.

MARTINEZ MORALES Rafael Derecho Administrativo primer y segundo curso Ed. Harla México 1997.

MATERLAT, Armand y Michel , Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis ed. Octava, Ed. México Siglo XX, México 1992.

NAVA NEGRETE Alfonso, Derecho Procesal Administrativo, ed. Cuarta, Ed. Porrúa, México 1991.

OVALLE FABELA Isidro, Teoría General del Proceso, ed, Cuarta, Ed. Harla, México 1996.

SANTOS AZUELA Héctor, Nociones de Derecho Positivo Mexicano, ed. Segunda, Ed. Adison Wesley Longiman, México 1998.

SERRA ROJAS Andrés, Derecho Administrativo ed. Décima Tercera Ed. Porrúa México 1997

SIEGEL BARRY N, Agregados Económicos y Política Pública, ed. Sexta, Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1993 traducción Rubén C. Pimentel.

TAYLOR WELDON J. Mercadotecnia ed. Quinta Ed. Trillas, México 1995, traducción Lorenzo Razo Morales.

WIEVIORKA, Michel Estado, Empresarios y Consumidores, ed. Décima Tercera Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1995 Traducción Marcelo Miquet y Veronique Horowitz Miquet.

WILLIAM J. STANTAN, Fundamentos de Mercadotecnia, ed. Tercera en Español, Ed. Mc. Graw Hill, México 1995. Traducción Lic. Armando Sánchez Pérez.

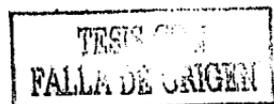
LEGISLACION

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Comentada Tomo I ed. Décima Tercera Ed. Porrúa México 1998.

Ley Federal de Protección al Consumidor Ed. Sista México 1999.

Reglamento del art. 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor Ed. Sista México 1999.

Iniciativa de Ley Carlos Salinas de Gortari para Reformar la Ley Federal de Protección al Consumidor, 1992.



DIARIOS OFICIALES

Diario Oficial de la Federación Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor del 24 de agosto de 1994, México

JURISPRUDENCIA

Consumidor, Ley Federal de Protección al Su artículo 1° no contraviene el artículo 17 Constitucional.

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

OTRAS FUENTES

GARZA DEL MERCADO Ario Manual de Técnicas de Investigación para Estudiantes de Ciencias Sociales, ed. Sexta, Ed. Colegio de México, México 1996

Manual de Bienvenida por la Procuraduría Federal del Consumidor, Febrero 1994.

Manual de Servicios al Consumidor Procuraduría Federal del Consumidor México 1998.

INCO. Derechos del Consumidor Manuales de Educación para el Consumo, México 1998.

IOCU. Todo el Mundo es Consumidor, México 1995.

ITURRA Ricardo, Larraín Cristina Educación del Consumidor, Democracia Y Ciudadanía Consumers Internacional Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Consejo de Educación de adultos de América Latina, Santiago de Chile.

Veinticuatro Derechos Básicos del Consumidor, Procuraduría Federal del Consumidor México 1998.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Internet: <http://www.profeco.gob.mx/>

