

40721  
491

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ARAGÓN"**



**"CREACIÓN DEL ARTÍCULO 99 BIS DE LA  
LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL  
CONSUMIDOR"**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :  
LICENCIADO EN DERECHO  
P R E S E N T A :  
LUIS FERNANDO VERA CORTÉS**

**ASESOR:  
LIC. JULIO CÉSAR PONCE QUITZAMAN**

MÉXICO

2003.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

1



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.

AGRADESCO A DIOS POR DARME  
LA VIDA, SALUD, SABIDURIA, FE  
Y TODO MI SER.

AGRADESCO A MIS PADRES POR  
QUE NUNCA ME NEGARON NADA.  
SIEMPRE ME BRINDARON CARIÑO  
Y EL APOYO NECESARIO PARA  
CUMPLIR MIS OBJETIVOS.

AGRADESCO A LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL AUTONOMA DE  
MEXICO POR LA SATISFACCION  
DE SER UNIVERSITARIO Y  
AHORA PROFESIONISTA.

AGRADESCO A MARIA LUISA  
CONTRERAS VERA POR SU  
INCONDICIONAL APOYO Y  
SUS SABIOS CONSEJOS.

AGRADESCO A JULIO CESAR  
PONCE QUITZAMAN POR HABER  
SIDO UN BUEN PROFESOR,  
ASESORAR MI INVESTIGACION  
Y SER UN EXCELENTE AMIGO.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

2

## ÍNDICE

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>ASPECTOS GENERALES.....</b>	<b>02</b>
<b>1.1.- ANTECEDENTES.....</b>	<b>02</b>
1.1.1.- OMBUDSMAN.....	03
1.1.2.- LEY DE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONÓMICA.....	06
1.1.3.- INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.....	07
1.1.4.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....	08
1.1.5.- LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.....	11
<b>1.2.- CONCEPTOS GENERALES.....</b>	<b>15</b>
1.2.1.-CONSUMIDOR.....	15
1.2.2.-DERECHOS DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.....	17
1.2.3.-PROVEEDOR.....	21
1.2.4.-RELACIONES DE CONSUMO.....	25
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.....</b>	<b>27</b>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

<b>2.1.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR POR EL ESTADO.....</b>	<b>27</b>
2.1.1.- BASES CONSTITUCIONALES.....	28
2.1.2.- EL CONSUMIDOR Y USUARIO.....	29
2.1.3.- LA PROTECCIÓN DE LOS LEGÍTIMOS INTERESES ECONÓMICOS DEL CONSUMIDOR.....	32
2.1.4.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN OTROS PAISES.....	33
<b>2.2.- ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES.....</b>	<b>34</b>
2.2.1.- EDUCACIÓN Y CONSUMO.....	35
2.2.2.- ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES.....	38
2.2.3.- DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS CONSUMIDORES.....	40
 <b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MARCO JURÍDICO.....</b>	<b>45</b>
<b>3.1.- LEYES APLICABLES.....</b>	<b>45</b>
3.1.1.- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	46
3.1.2.- LEY SOBRE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONÓMICA.....	47
3.1.3.- ESTATUTO ORGÁNICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....	50
3.1.4.- REGLAMENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....	50
3.1.5.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS.....	51
3.1.6.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR REGULADA POR OTRAS LEYES.....	54

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

4

3.1.7.- JURISPRUDENCIAS APLICABLES.....	55
<b>3.2.- INSTITUCIONES REGULADORAS.....</b>	<b>57</b>
3.2.1.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....	57
3.2.1.1.- ORGANIGRAMA DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....	60
3.2.2.- INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.....	62
3.2.3.- SECRETARÍA DE ECONOMÍA.....	63
 <b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>ALTERNATIVAS A FAVOR DEL CONSUMIDOR.....</b>	<b>66</b>
<b>4.1.- DE LOS PROCEDIMIENTOS.....</b>	<b>66</b>
4.1.1.- PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO.....	67
4.1.2.- PROCEDIMIENTO ARBITRAL.....	68
4.1.3.- PROCEDIMIENTO POR INFRACCIONES A LA LEY.....	71
<b>4.2.- DE LOS RECURSOS.....</b>	<b>71</b>
4.2.1.- RECURSO DE REVISIÓN.....	72
<b>4.3.- REFORMA A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....</b>	<b>74</b>
4.3.1.- CREACION DEL ARTICULO 99 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.....	74
4.3.2.- BENEFICIOS DE LA REFORMA.....	77
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>79</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>83</b>

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

S

**ANEXOS**

<b>1.- 25 DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR.....</b>	<b>88</b>
<b>2.- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....</b>	<b>92</b>
<b>3.- ESTATUTO ÓRGANICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....</b>	<b>111</b>
<b>4.- REGLAMENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.....</b>	<b>120</b>
<b>5.- NORMAS OFICIALES MEXICANAS.....</b>	<b>128</b>
<b>6.- JURISPRUDENCIAS.....</b>	<b>135</b>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

6

## INTRODUCCIÓN

Por obvias razones todos somos consumidores en el país, en cualquier etapa de nuestras vidas. Cotidianamente adquirimos productos, artículos, y solicitamos la prestación de un servicio, que trae como consecuencia situarnos bajo dos resultados: El primero consiste en quedar plenamente satisfecho con dicho producto o servicio, sin llegar a tener ningún tipo de reclamación contra el proveedor. Y el segundo se presenta cuando al adquirir un producto o utilizar un servicio, no se satisfacen totalmente las necesidades del consumidor, generándose una inconformidad, debido a que no respetan o trasgreden derechos de los consumidores de los que están privilegiados por nuestros ordenamientos legales; también puede ser que los productos que se entregan no cubren las condiciones y las características con las que los ofrecen los proveedores, o por que no se entrega el producto o no se realiza el servicio solicitado, o bien, no se respetan las condiciones en que se llevó a cabo la contratación o la compra-venta. Por todo ello y más los consumidores requieren de un respaldo que garantice el respeto a sus respectivos derechos, sin dejar exento a ningún proveedor de su respectiva sanción por violar las disposiciones legales.

Para el caso de los consumidores inconformes, lo recomendable es acudir ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), para exponer sus

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



inconformidades y ventilar todo tipo de indiferencias con los proveedores, a través de la queja o la denuncia, medios que una vez integrados reciben la tramitación consecuente, pero existe una problemática consistente en que al momento de comparecer el consumidor ante dicha institución, se encuentra generalmente enojado y molesto por su inconformidad en contra del proveedor, provocando que el consumidor omita datos, elementos y confunda cosas, datos, lugares y circunstancias, y como consecuencia inmediata el proveedor pueda excluirse de la aplicación de nuestras disposiciones, de fijar responsabilidades y de la imposición de sanciones.

Por lo anteriormente expuesto es necesario la creación del artículo 99 Bis o la derogación del artículo 99 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para subsanar las posibles omisiones y se aplique con mayor precisión los lineamientos de la citada ley; y de acuerdo a nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que textualmente dice en el artículo 28 en su párrafo tercero: "...Las leyes fijarán las bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materiales o producto, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. **La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.**" Por consecuencia la Ley Federal de Protección al Consumidor tiene la finalidad de

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

establecer los parámetros de lo que deben y no deben de hacer los proveedores, debiéndose respetar cabalmente los derechos de los consumidores.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**CAPÍTULO I**  
**ASPECTOS GENERALES**

**ANTECEDENTES**

OMBUDSMAN

LEY DE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONÓMICA

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

**CONCEPTOS GENERALES**

CONSUMIDOR

DERECHOS DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

PROVEEDOR

RELACIONES DE CONSUMO

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# PAGINACION

# DISCONTINUA

# **CAPÍTULO I**

## **ASPECTOS GENERALES**

Este capítulo contiene los antecedentes de algunas figuras y leyes que están íntimamente relacionados tanto con el tema como con la propuesta que se ha expuesto como título del presente material, ya que es de suma importancia saber el pasado de las mismas, sus estructuras, fines y objetivos para determinar las deficiencias que tuvieron y cotejar lo que fueron en un pasado y lo que son en la actualidad y así poder proponer en el futuro proyectos de mejor calidad. También contempla las definiciones y conceptos que son indispensables conocer para el mejor entendimiento del presente trabajo, toda vez que en algunas ocasiones se trata un tema desconociendo el significado de los elementos principales, o bien, teniendo una errónea idea de lo que son las cosas.

### **1.1. ANTECEDENTES**

Es necesario saber el lado histórico de las figuras que se estudian para determinar los cuadros comparativos entre el pasado y el presente, de lo cual se puede obtener sus deficiencias o simplemente saber el origen de las

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

mismas; Además se puede generar del estudio histórico proyectos de mejor calidad que contengan cuestiones innovadoras tomando en consideración lo actual y se reflejen en el futuro, ya que la sociedad mexicana como cualquier sociedad se transforma diariamente, tomando en cuenta también que dicho proyecto sea sencillo para la mayor comprensión de todos.

### 1.1.1. OMBUDSMAN

Es conveniente hacer referencia a esta institución por su expansión incontenible en la mayoría de las legislaciones contemporáneas pertenecientes a las muy diversas familias jurídicas y a diferentes sistemas políticos, por lo que se ha llegado a calificar de universal. ("Vocablo sueco que significa representante, delegado o mandatario").<sup>1</sup>

Podemos decir que ombudsman es uno o varios funcionarios designados por el órgano parlamentario, por el ejecutivo o por ambos, que con el auxilio del personal técnico, poseen la función esencial de recibir e investigar las reclamaciones de los gobernados originadas por las autoridades administrativas no sólo por infracciones legales sino también por injusticia, irrazonabilidad o retraso manifiesto en la resolución, y con motivo de esta resolución pueden proponer, sin efectos obligatorios, las soluciones que estimen más adecuadas para evitar o subsanar las citadas violaciones. Esta labor se comunica

---

<sup>1</sup> INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS DE LA UNAM. Diccionario Jurídico Mexicano. Editorial Porrúa, México, 1994, p. 2268.

periódicamente a través de informes públicos, generalmente anuales, a los mas altos órganos del gobierno, del órgano legislativo o a ambos, con la facultad de sugerir las medidas legales y reglamentarias que consideren necesarias para mejorar los servicios públicos respectivos.

También sabemos que "esta institución surgió en la Ley Constitucional Sueca de 6 de Junio de 1809"<sup>2</sup>, como un funcionario designado por el parlamento con el objeto de vigilar primeramente la actividad de los tribunales, pero posteriormente a las autoridades administrativas. El Ombudsman fue introducido en los restantes países escandinavos, es el caso de:

- 1.- Finlandia en 1919,
- 2.- Noruega 1952,
- 3.- Dinamarca 1953,
- 4.- República Federal Alemana en 1956,
- 5.- Nueva Zelanda 1962,
- 6.- Tanzania 1965,
- 7.- Guyana 1966,
- 8.- Canadá, Estados Unidos, Inglaterra Gales y Escocia en 1967,
- 8.- Mauritius 1968,
- 9.- Fiji 1970,
- 10.- Australia, Israel y Maharashtra en 1971, Bihar, Francia, y Zambia en 1973,
- 11.- España, Portugal e Italia en 1974,
- 12.- Argentina, Nigeria y Papúa Nueva Guinea en 1975,

---

<sup>2</sup> Idem.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- 13.- Trinidad y Tobago 1976.
- 14.- Austria y Rajastan 1977.
- 15.- Dominica, Jamaica y Santa Lucía 1978.
- 16.- Costa Rica 1979.
- 17.- República de Irlanda 1980, y
- 18.- Holanda y Sri Lanka 1981.

Por lo que se refiere a su introducción en el ordenamiento mexicano, inició una tendencia vigorosa para su creación y desarrollo, a través del procurador de vecinos creado por el Cabildo Municipal de la Ciudad de Colima capital del Estado del mismo nombre el 21 de Noviembre de 1983, organismo que fue institucionalizado para dicha entidad por la Ley Orgánica Municipal publicada el 8 de diciembre de 1984. "Debe considerarse como en antecedente la experiencia de un organismo que ha funcionado satisfactoriamente en el ordenamiento mexicano con facultades similares, aún cuando sólo para la protección de los débiles en el consumo frente a los proveedores de bienes y servicios (en los países escandinavos el titular de este organismo en beneficio de los consumidores recibe también el nombre de ombudsman). Nos referimos a la Procuraduría Federal del Consumidor establecida por la Ley del 19 de Diciembre de 1975, que entró en vigor a partir del 5 de Febrero de 1976".<sup>3</sup>

Históricamente, la Procuraduría del Consumidor es una derivación del ombudsman Sueco-Finlandés llamado *Donald Rowat*, que ejercía las funciones de

<sup>3</sup> Ibidem, p. 2268.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



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 ombudsman en el Parlamento Sueco, en favor de los ciudadanos.

### **1.1.2. LEY DE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONÓMICA**

Esta ley se publicó en el Diario Oficial del 30 de diciembre de 1950, siendo Presidente de la República, el señor Lic. Miguel Alemán Valdés. Después de las reformas de la Constitución de 1917, por crear un orden jurídico nuevo, esta ley reglamentaria de los artículos 5º, 27, 89 Y 90 constitucionales, representó la primera concreción del Derecho económico de nuestro país. En el caso particular de protección al consumidor, sus disposiciones fueron específicas y fundadas en preceptos constitucionales como es el caso del artículo 27, que da a la Nación la facultad de imponer a la propiedad privada, las modalidades que dicte el interés público. Dicha ley sufrió reformas En el Diario Oficial el 8 de enero de 1980, el 13 de enero de 1982 y el 6 de enero de 1989.

La exposición de motivos de la Ley de Atribuciones nos presenta su finalidad la cual está "encaminada a regular la intervención del Estado en materia económica, a fin de encauzar jurídicamente la injerencia del Estado en las actividades industriales y comerciales de los particulares. en forma tal que,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

reconociéndose los legítimos derechos de éstos, quede respaldado el interés general de la Nación, coordinándose y subordinándose los intereses privados a los más altos de la colectividad".<sup>4</sup>

### 1.1.3. INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

El capítulo noveno de la abrogada Ley Federal de Protección al Consumidor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de Diciembre de 1975, crea y reglamenta en sus artículos 67 y 69 al Instituto Nacional del Consumidor, como un órgano de estudio, educación y orientación, sin ser sus funciones de carácter jurisdiccional. Asimismo "en el 68 se le señalan las siguientes finalidades:

"1.- Informar y capacitar al consumidor en el conocimiento y ejercicio de sus derechos,

2.- Orientar al consumidor para que utilice racionalmente su capacidad de compra,

3.- Orientarlo en el conocimiento de prácticas comerciales, publicitarias, lesivas a sus intereses; y

4.- Auspiciar hábitos de consumo que protejan el patrimonio familiar y promuevan un sano desarrollo y una más adecuada asignación de los recursos productivos del país".<sup>5</sup>

<sup>4</sup> SERRA ROJAS, Andrés. Derecho Económico, 3ª Edición, Editorial Porrúa, México, 1993, p. 459.

<sup>5</sup> RANGEL COUTO, Hugo. EL Derecho Económico, Editorial Porrúa, México, 1980, p. 203.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

No obstante, las finalidades del extinto Instituto Nacional del Consumidor antes mencionadas, de alguna manera las ha absorbido la Procuraduría Federal del Consumidor.

#### **1.1.4. PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

Con la extinción del Instituto Nacional del Consumidor (INCO), "la Procuraduría Federal del Consumidor asumió las funciones de orientación, información, difusión, educativas y de investigación que servían a los consumidores".<sup>6</sup>

Procuraduría, en su significación más amplia, es el oficio o cargo de procurador, que realiza funciones de procuración, es decir, lleva a cabo diligencias de cuidado y manejo adecuado de los negocios de otro. La procuraduría es también la oficina en donde despacha el procurador. Es procurador, no solamente el titular de una dependencia encargada de administrar justicia, sino también el abogado o licenciado que defiende ante los tribunales, en forma oral o escrita, los intereses de las personas que le encomiendan sus asuntos.

Para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora en el campo tan extenso y variado de las transacciones por adquisición de productos y servicios, en el capítulo octavo de la Ley Federal de

---

<sup>6</sup> WITKER VELASQUEZ, Jorge. Introducción al Derecho Económico. Oxford University Press-Harta, México, 1997, p. 139.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Protección al Consumidor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1975, en su artículo 57 crea y reglamenta a la Procuraduría Federal del Consumidor "como organismo descentralizado de servicio social, con funciones específicas de autoridad, con personalidad jurídica y patrimonio propio, para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora", dando carácter de auxiliares de dicha Procuraduría a toda clase de autoridades federales, estatales y municipales, así como a las organizaciones representativas de consumidores en términos de la reglamentación respectiva.

La Procuraduría Federal del Consumidor representa, de este modo, los intereses de la población consumidora tanto en lo individual como colectivamente, y lo mismo ante los proveedores de bienes y servicios, como ante las autoridades administrativas o jurisdiccionales.

Compete también a la Procuraduría, al mismo tiempo que proponer medidas encaminadas a proteger al sector de consumidores, proporcionar asesoría gratuita a los consumidores en lo particular, a través de sus organismos representativos.

También autoriza la ley de la Procuraduría para denunciar, ante las autoridades a que correspondan intervenir, la violación de precios, normas de calidad, peso, medidas y demás características, así como las prácticas monopólicas que tan gravemente perjudican a la comunidad.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

La Procuraduría Federal del Consumidor queda facultada para conciliar controversias entre proveedores y consumidores, en general, y dicha acción arbitral cuando la ley no contenga las disposiciones del caso, se realizará con apego a las disposiciones de la legislación ordinaria.

Si después de excitar a los que intervienen en el proceso de venta de productos y servicios, la Procuraduría no percibe que logre sus objetivos, esta última deberá anunciar los hechos que constituyen delitos, faltas y omisiones ante las autoridades correspondientes.

Asimismo, la Ley faculta a la Procuraduría Federal del Consumidor para que solicite a la autoridad competente, la regulación de la venta de productos o servicios cuyo empleo o uso sea pernicioso para la sociedad, y da carácter de interés social a las resoluciones a las que dicten a este respecto las autoridades que intervengan, incluso para los efectos de la Ley de Amparo vigente. Los contratos, en todos sus órdenes, quedan sujetos a las previsiones de equidad que forman parte de nuestra legislación ordinaria.

Para cumplir con esta competencia, "la Procuraduría Federal del Consumidor empleará como medios de apremio, multas de manera económica, auxilio de la fuerza pública y en caso de rebeldía, se hará valer la figura jurídica denominada delitos en contra de la autoridad".<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>WITKER VELASQUEZ, Jorge. Derecho Económico, Editorial Harla, México, 1985, p. 375.

### **1.1.5. LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

El 18 de diciembre de 1975 se aprobó la Ley Federal de Protección al Consumidor que entró en vigor el 5 de febrero de 1976, conmemorando el aniversario de la Constitución Política de 1917. Dicha ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1975 y ha sido reformada el 5 de febrero de 1976, el 15 de enero de 1988, el 4 de enero de 1989, 24 de diciembre de 1992, 21 de julio de 1993 y 5 de agosto de 1994.

En la continuidad de esfuerzos por el equilibrio de la producción y consumo, combatir el acaparamiento de bienes de consumo necesario y alzas inmoderadas de precios, el poder público ha expedido la citada Ley, siendo esta de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Esta Ley tiene como objetivo primordial, salvaguardar intereses de la población de escasos recursos y ser un instrumento activo para beneficio de los consumidores.

Para los efectos de esta abrogada ley; según los artículos 2º y 3º señalan como persona obligadas a los comerciantes, industriales, prestadores de servicios y empresas de participación estatal. Así también los organismos y órganos del Estado, cuando desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios. "Es el Poder Ejecutivo el

TESORO  
CON  
FALLA DE ORIGEN

encargado de interpretar y aplicar la Ley, imponer precios máximos al mayoreo o menudeo y fijar las tarifas de los servicios en su caso".<sup>8</sup>

La abrogada Ley Federal de Protección al Consumidor establecía como autoridades principales:

- El Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
- Todas las autoridades federales, estatales y municipales, como órganos auxiliares.
- La Procuraduría Federal del Consumidor.
- El Instituto Nacional del Consumidor con funciones de orientación del consumidor (actualmente no existe).

Podemos decir, que a este conjunto de disposiciones de orden público o de interés social, el legislador lo calificó como irrenunciables por los consumidores, y lo define aplicable, cualesquiera que sean las disposiciones establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario.

Sin embargo, la globalidad de la ley culmina cuando obliga al acatamiento de sus disposiciones no solamente a los comerciantes, a los prestadores de servicios y a los industriales sino, lo que es particularmente importante, cuando incluye a las empresas de participación estatal, a los órganos descentralizados,

---

<sup>8</sup> PALACIOS LUNA, Manuel R. El Derecho Económico en México, 6ª Edición, Editorial Porrúa, México, 1993, p. 311.

así como a los órganos del Estado; estos últimos, en cuanto estén dedicados a actividades de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Al hablar de las formas exageradas de la publicidad como un medio para manipular la capacidad de selección y la necesidad real del ciudadano común (para llevarlo a comprar productos innecesarios o carentes de la calidad conteniente), la ley obliga a todo proveedor de bienes o servicios a informar con veracidad y certidumbre al consumidor, prohibiendo expresamente las formas de publicidad que induzcan a error a relación a los componentes, usos y propiedades de productos o servicios. Imperantemente la ley incide en el campo de los precios de los productos, particularmente en aquellos que son de consumo generalizado, así como en las tarifas de los servicios que reclaman los sectores mayoritarios.

En forma expresa rompe toda posibilidad de explotación mercantil a través de trueques o de ventas condicionadas, regulando aquellas modalidades de promoción especial de ventas, que conocemos como ofertas. Para evitar que tengan origen en la voracidad de comerciantes o intermediarios, o bien en la ignorancia o aislamiento de los consumidores, todas las operaciones que impliquen crédito parcial o total, quedan sometidas a condiciones específicas, señalando sanciones importantes para quienes las violen, y confirmando la irrenunciabilidad del demandante de productos o servicios a la protección legal establecida. Los intereses y plazos quedan sujetos a modalidades que no hagan vulnerable la economía general, en función de las limitaciones de la mayoría social consumidora.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Señala el maestro Jorge Witker que "el consumidor queda protegido por la ley, en todos los casos en que se reduzcan la calidad y la cantidad de lo que creyó comprar, y para ello, la decisión de las autoridades tendrá como apoyo los mínimos y máximos de tolerancia que se establezcan previamente. En el caso de bienes de uso continuado, que no respondan a las especificaciones ofrecidas, tanto en calidad de materiales como en funcionamiento específico los consumidores tendrán derecho a la reparación gratuita, a la reposición, o bien a la devolución de su dinero".<sup>9</sup>

Todos estos mecanismos de protección al consumidor no se agotan en plazos fatales, y en el caso de productos duraderos los fabricantes o productores quedan obligados a asegurar el suministro de partes y refacciones durante el lapso en que se fabriquen, y cuando se dejen de distribuir o vender de manera de que quien adquiere bienes de este tipo no quede expuesto a los avatares del juego mercantilista de oferta y demanda; o bien, al retiro del mercado de determinado artículos.

Esta reglamentación la hace extensiva la ley al comercio de artículos importados, en plazos y condiciones que las autoridades competentes señalan y vigilan en su cumplimiento. En la misma forma la prestación de servicios es motivo de reglamentación por lo que respecta a la mano de obra, al uso de refacciones e incluso en las tarifas correspondientes a unas y otras.

---

<sup>9</sup> WITKER VELASQUEZ, Jorge, Curso de Derecho Económico, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1989, p. 427.

## **1.2. CONCEPTOS GENERALES**

Debemos de saber los conceptos indispensables que constituyen la materia del presente trabajo, con la finalidad de tener un mayor entendimiento y obtener los conocimientos de una forma más concreta. Tal es el caso que debemos de saber que son los derechos de protección al consumidor, las partes que intervienen y el nexo que las relaciona a estas últimas, por que de ser lo contrario se pueden presentar confusiones que traerían como consecuencia adquirir los conocimientos en forma inadecuada e incompleta.

### **1.2.1. CONSUMIDOR**

Para los efectos de la vigente Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 2º fracción 1ª señala que: Consumidor es la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de introducción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

La figura del consumidor ha cobrado importancia en el mundo del Derecho, por la necesidad que ha surgido, en la economía del consumo, de proteger a la parte débil en las relaciones jurídicas relativas a la adquisición de bienes y

servicios. En el fondo se trata también, de proteger la libertad de empresa, comprometida por la práctica de malos empresarios que restringen, limitan, falsean o eliminan la libertad de competencia y los efectos benéficos que produce para la colectividad; como el consumidor se encuentra en el mercado antes de celebrar la operación, se hace necesario protegerlo, a la vez, durante el período de oferta o publicidad. En resumen la protección al consumidor comprende la de su salud y 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.

Consumir según el Diccionario de la Academia es gastar combustible u otros géneros; y que se define como: "aquella persona física o moral que adquiere, utiliza o disfruta, como destinatario final, bienes inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden. Consumir se deriva del latín *consumere*".<sup>10</sup>

Excluyendo así, a quienes sin constituirse en destinatarios finales adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios, con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros. "El movimiento de protección al consumidor es reciente, puede decirse que cobra importancia en la segunda mitad del siglo pasado. En la actualidad existen leyes o disposiciones en materia de contratación, destinadas a

---

<sup>10</sup> INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURIDICAS DE LA UNAM. Op. Cit. p. 677.

la protección de los derechos del consumidor, en Alemania, España, Francia, Japón, Reino Unido y Venezuela, entre otras naciones".<sup>11</sup>

### **1.2.2. DERECHOS DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**

Los derechos de protección al consumidor, es una rama del Derecho económico que surge como rama del derecho social (ombudsman), y que actualmente se puede decir que es un derecho social por las siguientes razones:

El derecho económico es el "conjunto de valores, principios, normas y procedimientos jurídicos, tendientes a requerir, posibilitar y controlar la intervención directa o indirecta e imperativa del Estado en todos los aspectos macro y microscópicos de la economía, a través de medidas y actividades coactivas y persuasivas, estimulantes y disuasivas, a fin de proveer y garantizar las condiciones y los objetivos de implantación, estructuración, funcionamiento, reproducción, crecimiento y desarrollo de dicha economía y, por lo tanto, la producción, distribución y uso o consumo de bienes, servicios e ingresos".<sup>12</sup>

El derecho social es el "conjunto de de normas jurídicas que establecen y desarrollan diferentes principios y procedimientos protectores a favor de las personas, grupos y sectores de la sociedad integrados por individuos socialmente

---

<sup>11</sup> Iuerm

<sup>12</sup> Ibidem. p. 984.

débiles, para lograr su convivencia con las otras clases sociales, dentro de un orden jurídico".<sup>13</sup>

No es ocioso mencionar que es muy importante para el Estado tener el control sobre las relaciones de consumo y así poder evitar arbitrariedades y abusos, de lo contrario se generaría un gran número de conflictos entre particulares y proveedores a nivel nacional, aunque también no podemos olvidarnos de la finalidad que tiene el Estado en promover el desarrollo de la economía en todo el país, en consecuencia, los derechos de protección al consumidor son una rama del derecho social por tener como objetivo proteger un sector de la sociedad consistente en el de los consumidores.

En forma general los Derechos de Protección al Consumidor son, en su conjunto es aquella disciplina, compuesta por normas jurídicas que se encargan de mediar los intereses y dar soluciones a las controversias que se suscitan entre consumidores y proveedores, dando cabal protección a la parte más vulnerable quien indudablemente es el consumidor, toda vez que se refleja en su necesidad y a la situación económica y social diversa de la que se encuentran los proveedores.

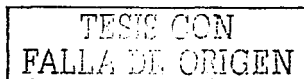
Algunos de los derechos de los consumidores son:

1.- Recibir información suficiente y veraz sobre los productos adquiridos.

Artículos 32, 33 y 34 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

---

<sup>13</sup> Ibidem, p. 1040.



2.- Recibir garantías en términos claros y precisos. Artículo 78 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

3.- Recibir información que advierta sobre los riesgos y peligros de los productos. Artículo 41 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

4.- Adquirir los productos que se encuentren en existencia o la prestación de un servicio, sin negativa o condicionamiento. Artículo 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

5.- Participar de los beneficios que se estipulen en las promociones y ofertas. Artículos 46, 47, 48, 49 y 50 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

6.- Recibir información detallada sobre condiciones y plazos de operaciones a crédito. Artículo 66 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

7.- Condiciones justas en el cobro de intereses por compras a crédito. Artículo 69 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

8.- Rescindir el contrato cuando los productos adquiridos tengan defectos de fabricación o vicios ocultos. Artículo 82 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

9.- Recibir el reembolso cuando se pague más del precio máximo. Artículo 91 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

10.- Reposición del producto cuando el contenido sea menor a lo indicado en el empaque. Artículo 92, fracción I de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

11.- Reposición, bonificación, compensación o devolución, si los productos no reúnen las condiciones de calidad, marca o especificaciones ofrecidas. Artículo 92, fracción II de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

12.- Recibir comprobantes de las operaciones comerciales. Artículo 12 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

13.- Recibir calidad en el servicio de reparación, con la utilización de partes y refacciones apropiadas. Artículo 60 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

14.- Recibir indemnizaciones por productos que resulten averiados al recibir mantenimiento. Artículo 61 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

15.- Tener al alcance la información sobre los precios de los servicios. Artículo 57 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

16.- Disfrutar en igualdad de condiciones de los servicios ofrecidos al público en general. Artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

17.- Solicitar la intervención de la Procuraduría cuando se afecten sus intereses y derechos. Artículos 20, 21, 24 y 97 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

18.- Recibir la información de los contratos de adhesión redactada en español y con letra legible a simple vista. Artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

19.- Respeto a la integridad personal de los consumidores. Artículo 10 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

20.- Cuando la compra se haya realizado fuera del local comercial y se decida no adquirir el bien o servicio, se podrá rescindir la operación dentro de los

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda. Artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

21.- Recibir información clara y suficiente sobre la adquisición de tiempos compartidos. Artículos 64 y 65 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

22.- Cumplimiento de la entrega de bienes inmuebles. Artículos 73, 74, 75 y 76 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

23.- Derechos del Consumidor Discapacitado. Artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

24.- No discriminación a consumidores. Artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

25.- Derechos de los consumidores en operaciones por internet Artículo 76 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

### **1.2.3. PROVEEDOR**

La vigente Ley Federal de Protección al consumidor en su artículo 2º fracción 1ª señala que: Proveedor es la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios.

El proveedor es "la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes y

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



servicios"<sup>14</sup>, caracterizándola indudablemente por ser dichas actividades la forma en la que se gana la vida, esto es, su trabajo consiste en colocar en el mercado bienes o servicios con la finalidad de que el consumidor los adquiera y así obtenga un lucro o un ganancial satisfactorio.

Obviamente, por existir un plano de desigualdad entre proveedor y consumidor, consistente en la diferente posición económica, el variable poder adquisitivo, el desarrollo de diversas habilidades y adquisición de conocimientos en el ejercicio del comercio que el consumidor generalmente desconoce, el proveedor debe de sujetarse en forma general a las siguientes disposiciones:

1.- Están obligados al cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Artículo 6 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

2.- Están obligados a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiere ofrecido, obligado o convenido con el consumidor. Artículo 7 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

3.- Están obligados a respetar los precios y tarifas acordados. Artículo 8 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

4.- Tiene obligación de entregar al consumidor factura, recibo o comprobante, en el que consten los datos específicos de la compraventa, servicio prestado u operación realizada. Artículo 12 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

---

<sup>14</sup> WITKER VELAZQUEZ, Jorge. Introducción al derecho económico. p. 157.

5.- Está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidas o implícitas en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor. Artículo 42 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

6.- Deberán mantener registros e informar al consumidor todo lo necesario para que pueda identificar individualmente la transacción y cerciorarse de la identidad del consumidor. Artículo 55 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

7.- Deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles. Artículo 57 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

8.- Antes de la prestación de un servicio, deberá presentar presupuesto por escrito, en caso de reparaciones, el presupuesto deberá describir las características del servicio, el costo de refacciones y mano de obra, así como su vigencia, independientemente de que se estipulen mecanismos de variación de rubros específicos por estar sus cotizaciones fuera del control del proveedor. Artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

9.- Las personas dedicadas a la reparación de toda clase de productos deberán emplear partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, salvo que el solicitante del servicio autorice expresamente que se utilicen otras. Artículo 60 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

10.- Los prestadores de servicios tendrán obligación de expedir factura o comprobante de los trabajos efectuados, en los que deberán especificarse las partes, refacciones y materiales empleados; el precio de ellos y de la mano de

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

obra; así como la garantía que en su caso se haya otorgado. Artículo 62 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

**11.- En las transacciones por internet.-** El proveedor deberá utilizar la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial; utilizar alguno de los elementos técnicos disponibles, como lo es la computadora, para brindar seguridad y confidencialidad de la información e informará a el consumidor, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos; proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir para presentación de reclamaciones o solicitarle aclaraciones; evitar las practicas comerciales engañosas respecto de las características de los productos; proporcionar toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso formas de pago de los bienes ofrecidos; respetar la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales, y abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los bienes o servicios ofrecidos, y cuidará las prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población (artículo 76 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

#### 1.2.4. RELACIÓN DE CONSUMO

En su Significado 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: 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, duradero o no, destinados por esencia a la destrucción; bienes de goce (cuadros, monumentos), que por su carácter perpetuo satisfacen necesidades humanas sin destrucción inmediata a través del consumo".<sup>15</sup>

Luego entonces, una relación de consumo es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y el consumidor quien adquiere el producto o solicita un servicio pero lo hace como destinatario final. La provisión de productos y la prestación de servicios que se efectúan a título gratuito, cuando ellas se realizan en función de una eventual relación de consumo, se equiparan a las relaciones de consumo.

---

<sup>15</sup> INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURIDICAS DE LA UNAM. Op. Cit. p. 680.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**CAPÍTULO II**  
**LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**

**LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR POR EL ESTADO**

BASES CONSTITUCIONALES

EL CONSUMIDOR Y USUARIO

LA PROTECCION DE LOS LEGITIMOS INTERESES ECONOMICOS DEL CONSUMIDOR

LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR EN OTROS PAISES

**ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

EDUCACIÓN Y CONSUMO

ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS CONSUMIDORES

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

26

## **CAPÍTULO II**

### **LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**

En forma universal la población se desarrolla y se transforma inevitablemente, no importando país, raza, color o situación económica; indiscutiblemente todos los seres humanos necesitamos satisfacer nuestras necesidades tanto principales como secundarias consumiendo bienes y servicios, en la actualidad la forma común de adquirir bienes y servicios se realiza a través de las compras, por lo cual todos consumidos bienes y servicios, y por consecuencia todos somos consumidores.

En este capítulo se analizarán los principales y primordiales derechos de los que gozan los consumidores tanto en forma general, es decir, universalmente; como en forma parcial, esto es, en nuestro país que derechos tiene un consumidor, quien lo avala y de que forma lo hace.

#### **2.1. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR POR EL ESTADO**

En algunos países la protección al consumidor es una rama del derecho que el Estado independientemente de su forma de gobierno le da igual

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

importancia que a las demás ramas del derecho. En ese orden de ideas México no es la excepción, ya que la protección al consumidor se ha contemplado en nuestra legislación desde tiempos muy remotos hasta la actualidad, tal es el caso que tenemos una gran variedad de ordenamientos legales que contemplan la materia o bien están relacionadas en forma indirecta o hasta supletoriamente con la misma, además de que se han creado organismos que se encargan en forma particular de velar por los derechos de los consumidores.

### **2.1.1. BASES CONSTITUCIONALES**

PROFECO lleva a cabo sus funciones de conformidad con un importante marco jurídico que deriva de los principios establecidos por el artículo 28 Constitucional, y que tiene por objeto garantizar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo, protegiendo los derechos del consumidor.

El artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la ley castigará toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados; así mismo establece que las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular.

En los Estados Unidos Mexicanos se estableció que están prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.

Las Leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses. El Estado contará con los organismos y empresas que requiera para el eficaz manejo de las áreas estratégicas a su cargo y en las actividades de carácter prioritario donde, de acuerdo con las leyes, participe por sí o con los sectores social y privado.

### **2.1.2. EL CONSUMIDOR Y USUARIO**

Como punto de partida relevante para nuestro estudio nos encontramos con la noción de consumidor, concepto utilizado inicialmente por la ciencia económica



en el análisis del mercado para significarle, de manera objetiva, como destinatario final de los bienes y servicios ofertados por los sectores productivos.

A su vez la noción objetiva del consumidor se desdobra en ideas abstractas y concretas. La idea abstracta del consumidor, equivalente a ciudadano, no deja de ser una generalización hiperbólica, pues la misma entraña más una situación relacionada con el hecho de ser destinatario final de los bienes negociados en el mercado que una cualidad jurídica.

Al estar la noción objetiva relacionada con el destino de los bienes y servicios que sean objeto de transacción en el mercado, el término consumidor queda vinculado a los bienes y productos en tanto que, el de usuario es el apelativo del ámbito de los servicios. Sin embargo la generalización del término consumidor *subsume*, usualmente y en sentido lato, al de usuario.

La noción subjetiva de consumidor no encierra un concepto unitario, dependiendo del sentido del punto de partida que se adopte, con la dificultad consiguiente de que, al margen del concepto abstracto, la legislación es la que produce la atribución concreta de derechos subjetivos.

Desde un ángulo subjetivo nos encontramos con teorías contractualistas que identifican al consumidor con el cliente, contratante o demandante, en la oposición opuesta al empresario u oferente de bienes o servicios en el mercado: con independencia del destino de los bienes o servicios, sea este el uso y

consumo privado o la cadena productiva, pero siempre referido a contratante directo. De otra parte coexisten con ellas otras tesis que generalizan y elevan su nivel de abstracción hasta abarcar a sujetos no contratantes y convertir la idea central en objetiva y subjetiva al propio tiempo, por abarcar al consumidor-destinatario final afectado por el acto de consumo, directa o indirectamente. Por el contrario otras posiciones presentadas especialmente por disposiciones legales lo contemplan de manera sesgada y no unitaria, según el marco de actuación en el que el concepto se utilice.

Sobre todo prevalece la idea de que consumidor es quien: aprovecha el valor en uso y no el valor en cambio de los bienes y servicios prestados por empresarios particulares o por las administraciones públicas, cuando éstas actúan en régimen de derecho privado y los bienes se destinan al uso privado, familiar o doméstico; con exclusión de la empresa y del profesional".<sup>16</sup>

La diferencia abismal entre consumidor y usuario consiste en que el consumidor es destinatario final de bienes y el usuario es el destinatario final de un servicio que solicitó, y dicha diferencia se contempla dentro de la misma ley, aunque su intención para ambos casos es proteger a los consumidores, que bien es cierto los usuarios son consumidores pero de un servicio.

---

<sup>16</sup> RIVERO ALEMAN, Santiago. Disciplina del Crédito Bancario y Protección del Consumidor. Editorial Aranzadi, España, 1995, p. 40.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **2.1.3. LA PROTECCIÓN DE LOS LEGÍTIMOS INTERESES ECONÓMICOS DEL CONSUMIDOR**

El derecho del consumidor ha sido definido como la disciplina jurídica de la vida cotidiana del habitante de la sociedad de consumo. Sin embargo, surge de la Revolución Industrial, pues los consumidores han existido siempre, sólo que el derecho no ha tenido con anterioridad una percepción clara de su marco aunque sí ha contado con mecanismos de tutela desde la época clásica, con soluciones liberales no acordes con las necesidades por haber sido pensadas para el individuo como titular de derechos subjetivos y no para la colectividad.

El término derecho del consumidor es utilizado en mayor medida en los países anglosajones, en tanto que en los latinos es más proclive a la objetivación de la materia. El derecho del consumidor engloba las normas que crean, reconoce o aseguran el ejercicio de derechos específicos del consumidor, las que pretenden orientar sus pautas de conducta y que disponga de voz y representación adecuada en los foros en los que se diluciden cuestiones que le afectan. El derecho del consumo, en cambio, hace referencia al conjunto de normas de toda índole que se refiere al fenómeno consumo y no sólo a los derechos de los consumidores, de los que se deduce que también se incluyen sus obligaciones ante los proveedores.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

"La autonomía del derecho del consumidor se encuentra con múltiples obstáculos, entre los que pueden destacarse: la novedad, multidisciplinariedad (ciencia económica, sociología, marketing, Psicología), supraindividualidad (interés difuso, colectivo o individual homogéneo), carácter multisubjetivo, desorden sistemático sólo superable con un conjunto de normas engarzadas entre sí, carencia que se advierte en Europa dada la falta de uniformidad; el tratamiento anterior por otras ramas del derecho, que supone una relectura de problemas viejos, aunque su tutela se plantee desde una óptica supraindividual; la mutabilidad de la materia consumo y la ausencia de órganos judiciales especiales".<sup>17</sup>

#### **2.1.4. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN OTROS PAISES**

El autor Jorge Sánchez Cordero Dávila nos indica que "Desde hace mucho tiempo, los países nórdicos (Suecia, Noruega, Dinamarca, Islandia, Finlandia) han llevado a cabo una amplia cooperación legislativa. Así la legislación civil básica referente a contratos, compras y documentos de pago en buena parte está unificada. Existe también una cooperación institucionalizada bajo formas distintas entre estos países, en *Inter alia*, cuestiones legales. La doctrina jurídica es, en buena parte, común. Dadas las semejanzas en los condicionamientos económicos y sociales resulta muy natural que, como acabamos de sugerir, también la

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 51

TEMA CON  
FALLA DE ORIGEN

evolución legal en el dominio de la protección al consumidor haya tenido lugar paralelamente en estos países y en estrecho contacto mutuo. No obstante, hasta el presente, Islandia se ha mantenido ajena a la cooperación en esta área. Actualmente puede hablarse, sin exagerar, de un modelo nórdico común de protección legal al consumidor".<sup>18</sup>

Dicho autor comenta también que "el país a la delantera y que por regla general ha implementado primero las distintas medidas legales de protección al consumidor es Suecia. No obstante, también los demás países nórdicos han desarrollado contribuciones interesantes. En parte esto debe explicarse por el hecho de que la legislación de protección al consumidor todavía se encuentra en una fase de desarrollo".<sup>19</sup>

México aunque no es de los primeros países en contemplar dentro de su margen jurídico los derechos de protección al consumidor ha desarrollado un marco legal eficiente incluyendo la institución aplicadora, beneficiando a miles de consumidores.

## 2.2. ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

En México al igual que en otros países la gente se organiza y crean sus organizaciones generalmente para ejercer presión o para protección entre los

<sup>18</sup> SANCHEZ CORDERO DAVILA, Jorge A. La protección del consumidor. Editorial Nueva Imagen, México, 1981, p. 118.

<sup>19</sup> Idem.

miembros que las integran; en la materia que nos ocupa también existen agrupaciones que se reúnen para hacer valer sus derechos, o bien, para evitar ciertos problemas que les puedan perjudicar a futuro en forma general, es decir, dichas agrupaciones de consumidores cuentan con el apoyo del Estado para fomentar el respeto a los derechos de protección al consumidor haciéndolo a través de proyectos y propuestas que pretenden el beneficio de la sociedad.

### **2.2.1. EDUCACIÓN Y CONSUMO**

En nuestro caso, "educación" —acción y efecto de educar, dice el diccionario- se refiere al conjunto de recursos que el consumidor debe tener para que pueda exigir a los productores una cada vez mejor calidad en la elaboración de bienes y de servicios. "Consumo" es un término económico que puede verse desde dos diferentes puntos:

- a) Como gasto total en bienes y servicios que se utilizan en "alimentar" la economía de un país, por un periodo determinado —generalmente de un año- y
- b) Como el proceso físico efectivo para disponer de bienes y servicios: un pantalón se consume usándolo.

Moisés Gómez Granillo nos refiere que "Históricamente hablando, la educación del consumidor, con propiedad, se inicia en Estados Unidos, en 1929, al principio de la gran crisis, con la creación del Consejo del Consumidor. Era menester educar a los muchos millones de consumidores semidesocupados o

TEMA CON  
FALLA DE ORIGEN

desocupados, en el mejor aprovechamiento de su escaso dinero habia necesidad de "estirar" el presupuesto para hacerlo rendir al máximo".<sup>20</sup>

Asimismo dicho autor apunta que "no es sino hasta los años 60, cuando en este mismo país se organiza el llamado "movimiento del consumidor" tomando como base el consumo de automóviles. Posteriormente, países europeos, en particular los más avanzados, han publicado folletos y otros medios de información masiva tendientes a proteger al consumidor, con el propósito de que esté sea un mejor comprador".<sup>21</sup>

En México —y en muchos países, seguramente—, no sólo por escasez de dinero se come mal, se viste mal y se habita mal, sino también por falta de educación al respecto. Muchas personas que tienen poder de compra alto, podrían satisfacer sus necesidades primarias en mejor forma si gastaran menos, pero no saben como hacer "rendir" mejor su dinero; cuestión de educación. Para ningún mexicano con cierta preparación, hablando de la comida, es conocido el hecho de que en nuestro país gran parte de la población come mal, primero debido, claro, a que les falta dinero para hacerlo bien. Muchos comen sólo tortillas, frijoles y chile, una o dos veces al día, pero otros muchos también ni siquiera a eso llegan. Es impredecible mejorar su ingreso y educarlos para que hagan uso racional de su poder adquisitivo en el rubro de alimentos.

---

<sup>20</sup> GONZÁLEZ GRANILLO, Moisés, Introducción al Derecho Económico, Editorial Esfinge, México, 1995, p. 160

<sup>21</sup> Idem.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

A pesar de ello, una tarea fundamental que cumple la PROFECO es concientizar a los consumidores en el buen y racional uso de sus ingresos. Para ello fomenta la investigación sobre el consumo a realizarse por organizaciones de consumidores y análisis de publicidad. Se trata de capacitar a los consumidores en temas como alimentación, fomento de la salud, publicidad y medios de comunicación, tecnología doméstica, y formación de instructores. La investigación de precios de los productos que conforman la canasta básica es tarea a realizar en tiendas de autoservicios, centrales de abasto, distribuidores mayoristas, mercados zonales, entre otros. Estas tareas se complementan con programas de radio y televisión y con la publicidad periódica de revistas y diarios zonales, con los cuales se hacen llegar consejos y mensajes a los consumidores, a fin de prevenirlos de prácticas ilícitas que es frecuente encontrar en proveedores y comerciantes poco escrupulosos.

...la PROFECO a través de sus facultades legales induce a una relación justa y equitativa entre los proveedores de bienes y servicios y los consumidores con base a:

- Protección a la vida, salud y seguridad del consumidor;
- Educación y divulgación sobre el consumo que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;
- Información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios;
- La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



- Acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores;

- Otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos, y

- Protección contra la publicidad engañosa y abusiva".<sup>22</sup>

## **2.2.2. ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

Consiste en un movimiento de la sociedad civil mexicana, que atiende las directrices de la legislación vigente, debido a que en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el artículo 28 señala "...La Ley protegerá a los consumidores y promoverá su organización para el mejor cuidado de sus intereses...". Para cumplir este mandato existe la Procuraduría Federal del Consumidor, que tiene facultades para promover la organización de los consumidores, capacitarlos y asesorarlos.

La organización de consumidores es una línea de trabajo en la que la PROFECO observa las recomendaciones de las Naciones Unidas respecto de la protección y promoción de los derechos sociales de los consumidores con carácter internacional.

---

<sup>22</sup> WITKER VELASQUEZ, Jorge. Introducción al Derecho Económico, p. 162.

Los derechos de protección al consumidor benefician a las amas de casa, trabajadores, población rural, de la tercera edad, infantil, juvenil y discapacitados, es decir, a todos los ciudadanos y las ciudadanas que manifiesten interés por mejorar su calidad de vida a través de la educación hacia una mejor cultura de consumo, con contenidos accesibles de beneficio personal y colectivo, sin limitantes de edad, sexo o situación económica o ubicación geográfica.

La atención es mediante sesiones gratuitas, el único requisito es tener la disposición para reunirse por lo menos una vez al mes, dedicando 90 minutos promedio y la posibilidad de aprovechar todas las propuestas y alternativas que presenta la PROFECO en defensa del poder adquisitivo de los mexicanos.

Contamos con dos modelos para la integración de los consumidores al movimiento organizado: el denominado *Comité de Defensa y Protección al Consumidor*, cuando los grupos carecen de una organización previa (amigos, vecinos, familiares); los consumidores nombran democráticamente y por voluntad propia a sus representantes; y *el Grupo Organizado de Consumidores*, cuando a las actividades se desarrollan bajo una figura organizativa preestablecida (escuelas, instituciones, sindicatos), se suman las propuestas de la PROFECO para elevar su calidad de vida.

"Por definición todos somos consumidores, aunque no todos adquirimos los mismos productos para satisfacer nuestras necesidades. Es necesario organizar al

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

consumidor, principalmente al de más bajo ingreso, para que aprenda entre otros aspectos a:

- 1.- Distribuir mejor su ingreso.
- 2.- Participar en cooperativas de consumo.
- 3.- Comprar en tiendas sindicales; y
- 4.-Mejorar su alimentación, vestido y vivienda".<sup>23</sup>

En un país con tan baja escolaridad como el nuestro, en donde mal se conoce el a-b-c de la cultura, o se desconoce en su totalidad, resulta muy difícil organizar al consumidor. Si en otros países mejor preparados que el nuestro lo ha sido y lo es, con mayor razón entre nosotros. Admitamos que se han realizado campañas al respecto principalmente a nivel de enseñanza primaria y secundaria, pero sus resultados se deben considerarse como muy modestos.

### **2.2.3. DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS CONSUMIDORES**

En forma global e internacional, esto es, en cualquier parte del mundo, incluyendo nuestro país, al consumidor se le deben de respetar sus derechos como consumidor, mismos que a continuación se apuntan:

- 1.- Necesidades básicas:

---

<sup>23</sup> GOMEZ GRANILLO, Moises. Op. Cit., p. 161.

Acceso a bienes y servicios satisfactorios de las necesidades de los consumidores.

2. Seguridad:

A ser protegido de la comercialización de bienes y servicios peligrosos para la salud y el entorno.

3. Información:

A obtener, en forma oportuna, clara y veraz, información completa de bienes y servicios del mercado, y poder elegir con pleno conocimiento.

4. Libre elección:

A elegir libremente productos y servicios, según la variedad de oferta, precios competitivos y garantía de calidad.

5. Ser escuchado y representado:

A expresar sus puntos de vista sobre políticas gubernamentales que afecten sus intereses, y a ser representados en la elaboración de las mismas.

6. Reparación:

A recibir indemnización o reparación del daño o perjuicio provocado por información engañosa, mala calidad o mal servicio.

7. Educación para el consumo:

A ser educado en temas de consumo que lo harán consciente e informado, responsable y solidario.

8. Ambiente sano:

A vivir en un ambiente saludable, que fomente el bienestar y la dignidad en el presente y en las generaciones futuras.

A demás de los derechos antes mencionados, prevalecen derechos contemplados en la Ley Federal de Protección al Consumidor, que sin lugar a duda se deben de hacer valer en forma concreta y específica, como los son:

I.- Recibir información suficiente y veraz sobre los productos que deseamos adquirir o los servicios que queremos contratar.

II.- Que los términos de la garantía sean claros y precisos.

III.- Recibir información que los advierta sobre los riesgos de los productos o servicios.

IV.- Adquirir los productos que se encuentren en existencia sin negativa o condicionamiento de venta.

V.- Disfrutar los bienes que se especifiquen en las promociones y ofertas.

VI.- Recibir información detallada sobre plazos y condiciones de operaciones de crédito.

VII.- Que el cobro de intereses por compras a crédito sea justo.

VIII.- La devolución del dinero, la reparación o el cambio del producto cuando tenga algún defecto o vicio oculto.

IX.- Recibir el reembolso cuando se pague más del precio máximo.

X.- La reposición del producto cuando el contenido sea menor al que indica su empaque.

XI.- La reposición del producto cuando no reúna las condiciones ofrecidas.

XII.- Recibir comprobantes de las operaciones comerciales.

XIII.- Un servicio de calidad, utilizando partes nuevas y adecuadas en la reparación de toda clase de productos.

XIV.- Ser indemnizado cuando resulte averiado el producto que recibió.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

XV.- Que las tarifas de los servicios se exhiban a la vista del público.

XVI.- Disfrutar de los servicios que se ofrecen al público en general y en igualdad de condiciones.

XVII.- Solicitar la intervención de PROFECO cuando se afecten nuestros derechos.

XVIII.- Recibir el contrato de adhesión redactado en español y con letra legible.

XIX.- Que se respete la integridad personal.

XX.- La revocación del consentimiento en operaciones que se realicen fuera del local comercial.

XXI.- Recibir información suficiente, clara y veraz sobre la adquisición de tiempos compartidos.

XXII.- El cumplimiento de la entrega de bienes inmuebles.

XXIII.- Que no se apliquen cuotas o tarifas adicionales al consumidor discapacitado.

XXIV.- Que no se condicione o limite el uso de bienes y servicios al consumidor discapacitado.

XXV.- La seguridad, veracidad y confidencialidad en las operaciones efectuadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Véase anexo I.

**CAPÍTULO III**  
**MARCO JURÍDICO**  
**LEYES APLICABLES**

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

LEY SOBRE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONOMICA

ESTATUTO ORGÁNICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

REGLAMENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

NORMAS OFICIALES MEXICANAS

LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR REGULADA POR OTRAS LEYES

JURISPRUDENCIAS APLICABLES

**INSTITUCIONES REGULADORAS**

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

ORGANIGRAMA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECRETARIA DE ECONOMÍA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4/4

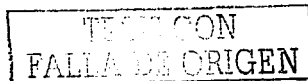
## **CAPÍTULO III**

### **MARCO JURÍDICO**

Para los licenciados en Derecho y estudiantes de la misma licenciatura es indispensable saber el marco legal de la rama del derecho que nos interesa ejercer o conocer, es decir, saber los parámetros que contempla una área del derecho como lo son las leyes que están relacionadas con la materia ya sea en forma directa o indirecta, a que instituciones acudir, cuales son competentes, cuales no, y en que tiempos, lugares y circunstancias se debe de actuar.

#### **3.1. LEYES APLICABLES**

En este apartado apuntaremos las leyes que están relacionadas intimamente con la protección de los derechos de los consumidores e incluso las citaremos para su mayor estudio y comprensión, Sin embargo no podemos ser omisos en mencionar cuando menos las leyes que se relacionan en forma indirecta o hasta supletoriamente con la protección de los consumidores, y otras que fueron abrogadas y derogadas.





### **3.1.1. LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

Frente a los problemas de carácter comercial el Ejecutivo Federal con la idea de resolverlos o minimizarlos el 18 de diciembre de 1975 aprobó la Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1975 y sus adjunto con sus reformas se abrogó el 18 de diciembre de 1992 entrando en vigor la Ley Federal de Protección al Consumidor en vigor.

El objeto de esta Ley es salvaguardar los intereses de la población de escasos recursos y ser un instrumento activo para beneficio de los consumidores.

A fin de lograrlo, unidos a la acción de la Procuraduría del Consumidor, se crearon una serie de grupos de consumidores conocidos como comités nacionales de protección al consumidor, que tienen las funciones de promover una conciencia solidaria que permita, a escala nacional, la incorporación activa de la población consumidora para proteger su capacidad adquisitiva, organizar colectivamente a los consumidores, utilizando las organizaciones ya existentes y concientizando a toda la población de las ventajas de organización.

Los sujetos obligados son los comerciantes, industriales, prestadores de servicios y empresas de participación estatal. Los organismos y órganos del

Estado cuando desarrollen actividades de producción, distribución y comercialización de bienes o prestación de servicios, consumidor y proveedor.

La Ley Federal de Protección al Consumidor establece como principios básicos de las relaciones de consumo, la protección a la vida, a la salud y a la seguridad del consumidor; la educación y divulgación sobre el consumo que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios; la prevención efectiva y reparación de los daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores; otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos y la protección contra la publicidad engañosa y abusiva.<sup>25</sup>

### 3.1.2. LEY SOBRE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONÓMICA

El maestro Jorge Witker Velásquez señala que "esta extinta ley estaba encaminada a regular la intervención pública, encauzando jurídicamente los comportamientos de los operadores económicos hacia un mercado sano y reprimiendo ilícitos que bajo fines de lucro podían atentar contra la economía nacional y las grandes mayorías consumidoras. Se calificó como una ley de

---

<sup>25</sup> Véase anexo 2.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Estado cuando desarrollen actividades de producción, distribución y comercialización de bienes o prestación de servicios, consumidor y proveedor.

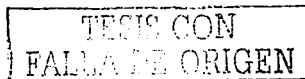
La Ley Federal de Protección al Consumidor establece como principios básicos de las relaciones de consumo, la protección a la vida, a la salud y a la seguridad del consumidor; la educación y divulgación sobre el consumo que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios; la prevención efectiva y reparación de los daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores; otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos y la protección contra la publicidad engañosa y abusiva.<sup>25</sup>

### **3.1.2. LEY SOBRE ATRIBUCIONES DEL EJECUTIVO FEDERAL EN MATERIA ECONÓMICA**

El maestro Jorge Witker Velásquez señala que "esta extinta ley estaba encaminada a regular la intervención pública, encauzando jurídicamente los comportamientos de los operadores económicos hacia un mercado sano y reprimiendo ilícitos que bajo fines de lucro podían atentar contra la economía nacional y las grandes mayorías consumidoras. Se calificó como una ley de

---

<sup>25</sup> Véase anexo 2.



previsión que coloco al Ejecutivo Federal en posibilidad de controlar y regular precios y ofertas de productos esenciales para la población".<sup>26</sup>

A su vez, Manuel Palacios Luna apunta que "la extinta Ley de Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica fue un instrumento jurídico para lograr un mayor desarrollo económico y proteger el poder adquisitivo de las masas. Dicha ley señaló que sus disposiciones eran aplicables a quienes efectuaban actividades industriales o comerciales relacionadas con la producción o distribución de mercancías o servicios. Directamente se encuadra en la materia de consumo para servicio de los consumidores. En relación con dichos propósitos, los sujetos obligados, se consideró que eran los consumidores y los prestadores de mercancías y servicios".<sup>27</sup>

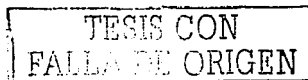
No resulta ocioso señalar que las actividades y finalidades mencionadas en los párrafos anteriores que estaban contempladas en la Ley sobre atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, en la actualidad las contempla la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente.

Los conceptos a que la extinta ley se refería, son los siguientes:

1. Artículos alimenticios de consumo generalizado;
2. Efectos de uso general para el vestido de la población del país;
3. Materias primas esenciales para la actividad de la industria nacional;

<sup>26</sup> WITKER VELASQUEZ, Curso de Derecho Económico, p. 423.

<sup>27</sup> PALACIOS LUNA, Manuel R. Op. Cit., p. 307.



4. Productos para las industrias fundamentales;
5. Artículos producidos por ramas importantes de la industria nacional;
6. En general, los productos que representen renglones considerables de la actividad económica mexicana, y
7. Los servicios que afectan a la producción y distribución de mercancías anotadas en las fracciones precedentes y que no estén sujetos a tarifas expedidas por autoridades competentes y fundadas en la ley.

La extinta ley contenía también, sanciones administrativas que se debieron aplicar en caso de desacato. Dichas sanciones son de tres tipos:

- a) Multa;
- b) Clausura del establecimiento, y
- c) Arresto hasta por 15 días.

El distinguido profesor Roberto Báez Martínez considera que "El objeto de esta extinta ley era regular las actividades industriales y comerciales relacionadas con la producción y distribución de artículos alimenticios de consumo generalizado".<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> BAEZ MARTINEZ, Roberto. Derecho Economico, Editorial Oxford University Press-Harla, México, 1996, p. 132.

### **3.1.3. ESTATUTO ORGÁNICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

Este instrumento<sup>29</sup> se publicó en el Diario Oficial el 24 de agosto de 1993, consta de siete capítulos, y tiene por objeto regular la adscripción y organización interna de las unidades administrativas de la Procuraduría, así como la distribución de las funciones previstas en la Ley y Reglamento tal y como lo señala el artículo primero de dicho estatuto, mismo documento que a continuación cito, no obstante, es conveniente señalar que todas las unidades administrativas de la PROFECO conducirán sus actividades en forma programada y con base en los objetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo.

### **3.1.4. REGLAMENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

Este cuerpo normativo<sup>30</sup> publicado en el Diario Oficial el 23 de Agosto del año 2003, consta de cuatro capítulos, de diecisiete artículos y tres transitorios, tiene por objeto establecer la organización de la Procuraduría Federal del Consumidor.

---

<sup>29</sup> Véase anexo 3.

<sup>30</sup> Véase anexo 4.



Destacan las tres subprocuradurías: de servicios al consumidor, de verificación y vigilancia y la jurídica. Además de las direcciones generales y se establecen amplias facultades a las delegaciones que en cada entidad federativa cumple las de PROFECO.

### **3.1.5. NORMAS OFICIALES MEXICANAS**

A la Secretaría de Economía le corresponde expedir las normas oficiales mexicanas materia de Metrología y Normalización (Ley Federal sobre Metrología y Normalización publicada en el Diario Oficial el primero de julio de 1992), y a la Procuraduría Federal del Consumidor el vigilar que se cumpla con las disposiciones de la Ley y, en su caso, aplicar las sanciones correspondientes. Actúan como órganos auxiliares, tanto en la aplicación como en la vigilancia del citado ordenamiento, las autoridades federales, estatales y municipales.

Se exceptúan de la observancia de esta Ley los servicios que se presten por instituciones y organizaciones a cargo de las Comisiones Nacionales Bancaria, de Valores y de Seguros y Fianzas, así como los servicios profesionales que no sean de naturaleza mercantil. Textualmente, a continuación citaremos las formalidades de la Norma Oficial Mexicana que se establece en el Título Tercero de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización en sus artículos 40, 41, 43, 46, 47 y otros más que no citaremos por ser de menor importancia:

ARTICULO 40 - Las normas oficiales mexicanas tendran como finalidad establecer:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

I. Las características y/o especificaciones que deban reunir los productos y procesos cuando éstos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal, vegetal, el medio ambiente general y laboral, o para la preservación de recursos naturales.

II. Las características y/o especificaciones de los productos utilizados como materias primas o partes o materiales para la fabricación o ensamble de productos finales sujetos al cumplimiento de normas oficiales mexicanas, siempre que para cumplir las especificaciones de estos sean indispensables las de dichas materias primas, partes o materiales.

III. Las características y/o especificaciones que deban reunir los servicios cuando éstos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal, vegetal o el medio ambiente general y laboral o cuando se trate de la prestación de servicios de forma generalizada para el consumidor.

IV. Las características y/o especificaciones relacionadas con los instrumentos para medir, los patrones de medida y sus métodos de medición, verificación, calibración y trazabilidad.

V. Las especificaciones y/o procedimientos de envase y embalaje de los productos que puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud de las mismas o el medio ambiente.

VI. (DEROGADA)

VII. Las condiciones de salud, seguridad e higiene que deberán observarse en los centros de trabajo y otros centros públicos de reunión.

VIII. La nomenclatura, expresiones, abreviaturas, símbolos, diagramas o dibujos que deberán emplearse en el lenguaje técnico industrial, comercial, de servicios o de comunicación.

IX. La descripción de emblemas, símbolos y contraseñas para fines de esta Ley.

X. Las características y/o especificaciones, criterios y procedimientos que permitan proteger y promover el mejoramiento del medio ambiente y los ecosistemas, así como la preservación de los recursos naturales.

XI. Las características y/o especificaciones, criterios y procedimientos que permitan proteger y promover la salud de las personas, animales o vegetales; XII. La determinación de la información comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene y requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalaje y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario.

XIII. Las características y/o especificaciones que deben reunir los equipos, materiales, dispositivos e instalaciones industriales, comerciales, de servicios y domésticas para fines sanitarios, acuícolas, agrícolas, pecuarios, ecológicos, de comunicaciones, de seguridad o de calidad y particularmente cuando sean peligrosos.

XIV (DEROGADA)

XV. Los apoyos a las denominaciones de origen para productos del país.

XVI. Las características y/o especificaciones que deban reunir los aparatos, redes y sistemas de comunicación, así como vehículos de transporte, equipos y servicios conexos para proteger las vías generales de comunicación y la seguridad de sus usuarios.

XVII. Las características y/o especificaciones, criterios y procedimientos para el manejo, transporte y confinamiento de materiales y residuos industriales peligrosos y de las sustancias radioactivas; y

XVIII. Otras en que se requiera normalizar productos, métodos, procesos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios de conformidad con otras disposiciones legales, siempre que se observe lo dispuesto por los artículos 45 a 47. Los criterios, reglas, instructivos,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



manuales, circulares, lineamientos, procedimientos u otras disposiciones de carácter obligatorio que requieran establecer las dependencias y se refieran a las materias y finalidades que se establecen en este artículo, sólo podrán expedirse como normas oficiales mexicanas conforme al procedimiento establecido en esta Ley.

**ARTÍCULO 41.-** Las normas oficiales mexicanas deberán contener:

- I. La denominación de la norma y su clave o código, así como las finalidades de la misma conforme al artículo 40.
- II. La identificación del producto, servicio, método, proceso, instalación o, en su caso, del objeto de la norma conforme a lo dispuesto en el artículo precedente;
- III. Las especificaciones y características que correspondan al producto, servicio, método, proceso, instalación o establecimientos que se establezcan en la norma en razón de su finalidad;
- IV. Los métodos de prueba aplicables en relación con la norma y en su caso, los de muestreo;
- V. Los datos y demás información que deban contener los productos o, en su defecto, sus envases o empaques, así como el tamaño y características de las diversas indicaciones.
- VI. El grado de concordancia con normas y lineamientos internacionales y con las normas mexicanas tomadas como base para su elaboración;
- VII. La bibliografía que corresponda a la norma;
- VIII. La mención de la o las dependencias que vigilarán el cumplimiento de las normas cuando exista concurrencia de competencias; y
- IX. Las otras menciones que se consideren convenientes para la debida comprensión y alcance de la norma.

**ARTÍCULO 43.-** En la elaboración de normas oficiales mexicanas participarán, ejerciendo sus respectivas atribuciones, las dependencias a quienes corresponda la regulación o control del producto, servicio, método, proceso o instalación, actividad o materia a normalizarse.

**ARTÍCULO 46.-** La elaboración y modificación de normas oficiales mexicanas se sujetará a las siguientes reglas:

- I. Los anteproyectos a que se refiere el artículo 44, se presentarán directamente al comité consultivo nacional de normalización respectivo, para que en un plazo que no excedera los 75 días naturales, formule observaciones, y
- II. La dependencia u organismo que elaboró el anteproyecto de norma, contestará fundadamente las observaciones presentadas por el Comité en un plazo no mayor de 30 días naturales contado a partir de la fecha en que le fueron presentadas y, en su caso, hará las modificaciones correspondientes. Cuando la dependencia que presentó el proyecto, no considere justificadas las observaciones presentadas por el Comité, podrá solicitar a la presidencia de éste, sin modificar su anteproyecto, ordene la publicación como proyecto, en el Diario Oficial de la Federación.

**ARTÍCULO 47.-** Los proyectos de normas oficiales mexicanas se ajustarán al siguiente procedimiento:

- I. Se publicarán íntegramente en el Diario Oficial de la Federación a efecto de que dentro de los siguientes 60 días naturales los interesados presenten sus comentarios al comité consultivo nacional de normalización correspondiente. Durante este plazo la manifestación a que se refiere el artículo 45 estará a disposición del público para su consulta en el comité.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

II. Al término del plazo a que se refiere de la fracción anterior, el comité consultivo nacional de normalización correspondiente estudiara los comentarios recibidos y, en su caso, procedera a modificar el proyecto en un plazo que no excederá los 45 días naturales.

III. Se ordenará la publicación en el Diario Oficial de la Federación de las respuestas a los comentarios recibidos así como de las modificaciones al proyecto, cuando menos 15 días naturales antes de la publicación de la norma oficial mexicana; y

IV. Una vez aprobadas por el comité de normalización respectivo, las normas oficiales mexicanas serán expedidas por la dependencia competente y publicadas en el Diario Oficial de la Federación. Cuando dos o más dependencias sean competentes para regular un bien, servicio, proceso, actividad o materia, deberán expedir las normas oficiales mexicanas conjuntamente. En todos los casos, el presidente del comité será el encargado de ordenar las publicaciones en el Diario Oficial de la Federación. Lo dispuesto en este artículo no se aplicará en el caso del artículo siguiente.

En relación a lo anterior, Existe en nuestro país una gran variedad de Normas Oficiales Mexicanas emitidas en relación a la Protección de los Consumidores.<sup>31</sup>

### **3.1.6. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR REGULADA POR OTRAS LEYES**

En cuanto a las leyes que se encuentran vinculadas con la Protección de los Consumidores y por ende a la Ley Federal de Protección al Consumidor podemos citar las siguientes:

- 1.- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,
- 2.- Código de Comercio,
- 3.- Código Federal de Procedimientos Civiles,
- 4.- El artículo 253 del Código Penal Federal.

---

<sup>31</sup> Véase anexo 5

- 5.- Ley de Comercio Exterior,
- 6.- Ley de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente,
- 7.- Ley Federal de Procedimiento Administrativo,
- 8.- Ley Federal de Vivienda,
- 9.- Ley Federal sobre Metrología y Normalización,
- 10.- Ley General de Salud,
- 11.- Código de Procedimientos Civiles para el Distrito federal,
- 12.- Ley de Instituciones de Asistencia Privada para el Distrito Federal,
- 13.- Ley Orgánica del Artículo 28 Constitucional,
- 14.- Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización,
- 15.- Reglamento de sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores (Artículo 63 de Ley Federal de Protección al Consumidor), y
- 16.- Reglamento del Artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- 17.- Acuerdo de Circunscripción Territorial de las Delegaciones,
- 18.- Anteproyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor,

### **3.1.7. JURISPRUDENCIAS APLICABLES**

La trascendencia jurídica del trabajo desempeñado por los Tribunales Federales durante el régimen constitucional vigente en nuestro país desde 1917, y

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

que ha la fecha ha definido la evolución y crecimiento alcanzados durante el siglo XX, sin lugar a dudas tiene como marco de referencia y como soporte la importante cantidad de criterios jurisprudenciales generados a partir de los casos sometidos a la decisión jurisdiccional de aquellos.

García Máynez establece que "La palabra jurisprudencia posee dos acepciones distintas. En una de ellas equivale a ciencia del derecho o teoría del orden jurídico positivo. En la otra, sirve para designar el conjunto de principios y doctrinas contenidas en las decisiones de los tribunales".<sup>32</sup>

En nuestro país existen diversas jurisprudencias en materia de derechos de protección al consumidor, algunas son de aplicación obligatoria y algunas son tesis aisladas, recordemos que para la integración de la jurisprudencia deben de prevalecer cinco ejecutorias no interrumpidas por otra en contrario y que hayan sido aprobadas por lo menos por catorce ministros para el caso de la Suprema Corte de Justicia funcionando en pleno, o por unanimidad de votos por los magistrados que integran los tribunales colegiados de circuito.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> GARCÍA MÁYNEZ, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho, 48ª ed. Editorial Porrúa, México, 1990, p. 68.

<sup>33</sup> Véase anexo 6.

## **3.2. INSTITUCIONES REGULADORAS**

En este apartado damos a conocer las instituciones competentes para hacer valer los derechos de protección al consumidor para el caso de que se vean amenazados sus derechos y expondremos sus finalidades, propósitos, estructura e integración; también otra que tiene relación en forma indirecta y otra que ya no existe sin embargo la consideramos una aportación de conocimientos y un antecedente importante.

### **3.2.1. PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

El autor Jorge Witker Velásquez apunta en su obra Derecho Económico que "La Procuraduría Federal del consumidor representa los intereses de la población consumidora tanto en lo individual como colectivamente, y lo mismo ante los proveedores de bienes y servicios, como ante las autoridades administrativas y jurisdiccionales.

Compete también a la Procuraduría, al mismo tiempo que proponer medidas encaminadas a proteger al sector de consumidores, proporcionar asesoría gratuita a los consumidores en lo particular, a través de sus organismos representativos. Y también autoriza la Ley Federal de Protección al Consumidor a la Procuraduría para denunciar, ante las autoridades a que corresponda intervenir,

la violación de precios, normas de calidad, peso, medida y demás características, así como las prácticas monopólicas que tan gravemente perjudican a la comunidad".<sup>34</sup>

De acuerdo al artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente, la Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

- I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;
- II. Procurar y representar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan;
- III. Representar individualmente o en grupo a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores;
- IV. Recopilar, elaborar, procesar, y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;
- V. Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor;
- VI. Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores;
- VII. Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;

---

<sup>34</sup> WITKER VELASQUEZ, Jorge. *Derecho Económico*, p. 375.

- VIII. Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y prestar asesoría a los proveedores y consumidores;
- IX. Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;
- X. Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos;
- XI. Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta ley;
- XII. Celebrar convenios y acuerdos de colaboración de (rectius, e) información con autoridades federales, estatales y municipales y entidades paraestatales, en beneficio de los consumidores;
- XIII. Vigilar y verificar el cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados y autorizados por la Secretaría y coordinarse con otras dependencias legalmente facultadas para inspeccionar, precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez, evitar duplicación de funciones;
- XIV. Vigilar y verificar el cumplimiento de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivos, garantías y especificaciones industriales, en términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- XV. Registrar los contratos de adhesión que lo requieran, cuando cumplan la normatividad aplicable, y organizar y llevar el registro público de contratos de adhesión.
- XVI. Procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores conforme procedimientos establecidos en esta ley;
- XVII. Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que sean de su conocimiento y;
- XVIII. Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría;
- XIX. Aplicar las sanciones establecidas en esta ley;
- XX. Excitar a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores, y
- XXI. Las demás que le confieran esta ley y otros ordenamientos

### **3.2.1.1. ORGANIGRAMA DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

Para contribuir a los conocimientos generales de quien consulte este material de investigación y para conocer en forma genérica la estructura interna de la Procuraduría Federal del Consumidor nos atrevemos a ejemplificarla con el siguiente organigrama<sup>35</sup>

<sup>35</sup> WITKER VELASQUEZ, Jorge. Curso de Derecho Economico. p. 432.



**PROCURADOR**

Secretaría Particular

Contraloría Interna

Dirección de Comunicación Social

Subprocuraduría A

Subprocuraduría B

Subprocuraduría C

Coordinación General de Administración

Dirección General de Resoluciones Administrativas

Dirección General de Contratos de Adhesión

Dirección General de Arrendamiento inmobiliario

Dirección General de Delegaciones Federales

Dirección de Delegaciones Metropolitanas

Dirección General de Asuntos Jurídicos

Dirección General de Quejas

Dirección General de Conciliación

Dirección General de Arbitraje

Dirección General de Apoyo Técnico

Dirección General de Promoción Organización y Capacitación

Dirección General de Administración

Dirección General de Organización, Programación e Informática

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

### **3.2.2. INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**

En virtud de que la antigua Ley Federal de Protección al Consumidor publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1975 y sus reformas se abrogó el 18 de diciembre de 1992, el Instituto Nacional del Consumidor dejó de existir y su patrimonio, así como la totalidad de los recursos financieros, humanos y materiales asignados al mismo se transfirieron a la Procuraduría Federal del Consumidor.

Consideramos que las finalidades del Instituto Nacional del Consumidor que a su vez asumió la Procuraduría Federal del Consumidor fueron las siguientes:

- a) Informar y capacitar al consumidor en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.
- b) Orientar al Consumidor para que utilice racionalmente su capacidad de compra.
- c) Orientarlo en el conocimiento de prácticas comerciales publicitarias, lesivas a sus intereses, y
- d) Auspiciar hábitos de consumo que protejan el patrimonio familiar y promuevan un sano desarrollo y una más adecuada asignación de los recursos productivos del país.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **3.2.3. SECRETARÍA DE ECONOMÍA**

La Secretaría de Economía es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal que tiene a su cargo el ejercicio de las atribuciones y facultades que expresamente le encomiendan la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y otras leyes, así como los reglamentos, decretos, acuerdos y órdenes del Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Al frente de la Secretaría de Economía estará el Secretario del Despacho.

La misión de la Secretaría de Economía es la de crear las condiciones necesarias para fortalecer la competitividad, tanto en el mercado nacional e internacional, de todas las empresas del país; en particular de las micro, pequeñas y medianas. Instrumentar una nueva política de desarrollo empresarial que promueva la creación y consolidación de proyectos productivos que contribuyan al crecimiento económico sostenido y generen un mayor bienestar para todos los mexicanos.

Su objeto es obtener un sector empresarial moderno y competitivo operando bajo una nueva cultura empresarial, un marco regulatorio eficiente y con una alta vinculación de las cadenas productivas, como elementos fundamentales en el desarrollo económico sostenido del país y en la integración de nuestra economía a los diversos mercados internacionales.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

La Secretaría de Economía, por conducto de sus servidores públicos y unidades administrativas, realizará sus actividades de manera programada, conforme a los objetivos, principios, estrategias y prioridades contenidas en el Plan Nacional de Desarrollo, y las políticas que para el óptimo despacho de sus asuntos establezca el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

TRABAJO CON  
FALLA DE ORIGEN

**CAPÍTULO IV**  
**ALTERNATIVAS A FAVOR DEL CONSUMIDOR**

**DE LOS PROCEDIMIENTOS**

PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO

PROCEDIMIENTO ARBITRAL

PROCEDIMIENTO POR INFRACCIONES A LA LEY

**DE LOS RECURSOS**

RECURSO DE REVISIÓN

**REFORMA A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

CREACION DEL ARTICULO 99 BIS DE LA LEY FEERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

BENEFICIOS DE LA REFORMA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **CAPÍTULO IV**

### **ALTERNATIVAS A FAVOR DEL CONSUMIDOR**

Generalmente la población no hace valer sus derechos entre otras cosas por desconocimiento de las instituciones que existen para auxiliarlos y de la misma ley, es por ello que se expondrán opciones o alternativas al consumidor que se encuentran plasmadas dentro de la misma ley para hacer valer las garantías de las que gozan, además de especificar cuales son las formalidades de los trámites que se deben de tomar en cuenta para lograrlo.

#### **4.1. DE LOS PROCEDIMIENTOS**

Los actos jurídicos civiles, procesales, administrativos y legislativos están sujetos a un conjunto de formalidades o tramites que se tiene que realizar de manera forzosa para garantizar la buena administración de la justicia; en la materia que nos ocupa hablaremos en forma particular de actos jurídicas administrativos debido a la propia y especial naturaleza jurídica tanto de la Ley Federal de Protección al Consumidor como de la Procuraduría Federal del Consumidor; en este apartado desarrollaremos en base a la ley la forma de

TECNO CON  
FALLA DE ORIGEN

llevarse acabo las formalidades, o bien, los procedimientos que se deben de llevar acabo para hacer valer los derechos de protección al consumidor.

#### **4.1.1. PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO**

Rafael de Pina Vara advierte que "Conciliación es el acuerdo celebrado entre quienes se encuentran ante un conflicto de intereses, con objeto de evitar un juicio o poner rápido fin a uno ya incoado".<sup>36</sup>

Esto es, conciliar es celebrar un convenio, independientemente de la forma en que se celebre, el cual favorece a dos o mas partes que se encuentran en un conflicto de intereses, o bien, tienen intereses encontrados; dicha conciliación generalmente se lleva acabo en una etapa previa a iniciar un juicio, o si este ya existe, se llevara acabo la conciliación para darle fin a dicho juicio.

En nuestro país es común que las partes que se someten a un pleito o conflicto; sin iniciar los procedimientos o más aún ya iniciados, es común se llegue a un arreglo conciliatorio, por virtud del cual las partes que intervengan se van a ver beneficiadas, obteniendo así ahorrarse tiempo y dinero en muchas ocasiones, sin embargo para lograr la conciliación las partes deben de flexibilizarse en sus pretensiones.

---

<sup>36</sup> DE PINA VARA, Rafael. Diccionario de Derecho, 24ª ed. Editorial Porrúa, México, 1997. p. 178.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

En atención a lo antes mencionado la Ley Federal de Protección al Consumidor establece en sus artículos 111, 112, 113, 114, 115 y 116 las formalidades que debe de cumplir la conciliación, asimismo establece las consecuencias que acarrea el incumplimiento a las mismas; ello con la finalidad de encauzar un procedimiento de esta naturaleza a una solución práctica y apegada a derecho sin que resulten trasgredidos los derechos tanto de los consumidores como de los proveedores.<sup>37</sup>

#### **4.1.2. PROCEDIMIENTO ARBITRAL**

Arbitraje se define como: "Actividad jurisdiccional desarrollada por los árbitros para resolver el conflicto de intereses que les ha sido sometido por los interesados".<sup>38</sup>

El arbitraje es el procedimiento por medio del cual la Procuraduría Federal del Consumidor puede ser designada, por mutuo acuerdo entre el consumidor y el proveedor, como árbitro para resolver la controversia que se presente entre los mismos, derivada de una relación de consumo, actuando de forma similar a como lo haría un juez en un juicio ante tribunales. Cabe destacar que la Procuraduría actúa de manera imparcial, gratuita y rápida, debido a que es un árbitro institucional, tratando de igual manera tanto al consumidor como al proveedor y

<sup>37</sup> Véase anexo 2, Capítulo XIII, Sección Segunda.

<sup>38</sup> DE PINA VARA, Rafael. Op. Cit. p. 98.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



otorgando idénticas oportunidades para que ambos demuestren, a través de las pruebas con que cuenten, a quién le asiste la razón.

El arbitraje puede derivarse de una queja presentada ante la Procuraduría Federal del Consumidor por una deficiente prestación de servicios o por el incumplimiento derivado de un contrato, cuando las partes no lleguen a un arreglo conciliatorio. Sin embargo, existe la posibilidad de que el consumidor y el proveedor se sometan al arbitraje sin que exista queja o reclamación previa.

Existen dos tipos de arbitraje: En amigable composición y en estricto derecho.

El primero de ellos resulta más fácil, flexible y económico para las partes, ya que no necesita la asistencia de un abogado, en tanto que el de estricto derecho se desarrolla siguiendo las mismas formalidades y/o requisitos de cualquier juicio donde existen intereses opuestos, es decir, hay una litis, por lo cual debemos recordar que el Código de Comercio y el Código de Procedimientos Civiles local aplicable son leyes supletorias de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y por tanto, es más complejo, siendo necesaria la asistencia de un abogado. En ambos casos, la Procuraduría dicta en su oportunidad el laudo arbitral mediante el cual se resuelve de manera definitiva el problema entre el consumidor y el proveedor, siendo este irrecurrible, es decir, no admite recurso alguno.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Rafael de Pina Vara define al laudo como: "Resolución de los Jueces, árbitros o arbitradores sobre el fondo de la cuestión que se les haya sometido por las partes interesadas, dictadas en el procedimiento seguido al efecto.

El laudo es, una verdadera y propia sentencia, tanto por su contenido como por sus efectos".<sup>39</sup>

Cabe destacar que, en cualquier etapa del procedimiento arbitral, el mismo puede terminar mediante la celebración de un convenio entre las partes, el cual deberá ser equitativo para las mismas, señalando sus correspondientes obligaciones y derechos.

La Procuraduría Federal del Consumidor está facultada para que en su momento oportuno, una vez emitido el laudo o convenio, pueda citar a las partes a efecto de verificar su cumplimiento, debiendo resaltar que en caso de faltarse a dicho cumplimiento, el afectado podrá promover ante los tribunales competentes la ejecución del mismo, independientemente de las sanciones que, en su caso, imponga PROFECO. En cuanto a este procedimiento que en la actualidad no se lleva acabo con mucha frecuencia, la Ley Federal de Protección al Consumidor nos señala sus formalidades en los artículos 117, 118, 119, 120, 121y 122.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Ibidem, p. 351.

<sup>40</sup> Véase anexo 2, Capítulo XIII, Sección Tercera.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **4.1.3. PROCEDIMIENTO POR INFRACCIONES A LA LEY**

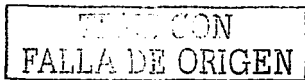
Los artículos 123 y 124 de la Ley Federal de Protección al Consumidor regulan el procedimiento que debe seguir la Procuraduría Federal del Consumidor antes de poder imponer una sanción a quien se prueba haber incurrido en una infracción a la ley, con la finalidad esencial de otorgar la garantía de audiencia a la persona que pueda ser afectada por la imposición de la sanción, respetando las formalidades esenciales del procedimiento establecidas en el artículo 14, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.<sup>41</sup>

Los lineamientos que se deben de aplicar para la imposición de una sanción es notificar al infractor de los hechos motivos del procedimiento para que rinda pruebas en el termino de 10 días, las cuales admitirá la procuraduría y una vez concluido el desahogo de dichas pruebas, presentara alegatos en el término de 2 días. Este procedimiento puede derivarse tanto de una reclamación formulada por un consumidor, en la que no se haya obtenido un convenio conciliatorio, como de una denuncia.

### **4.2. DE LOS RECURSOS**

Recurso "Es el medio de impugnación que se interpone contra una resolución judicial pronunciada en un proceso ya iniciado, generalmente ante un

<sup>41</sup> Véase anexo 2, Capítulo XIII, Sección Cuarta.



juez o tribunal de mayor jerarquía y de manera excepcional ante el mismo juzgador, con el objeto de que dicha resolución sea revocada, modificada o anulada".<sup>42</sup>

Para Rafael de Pina Vara los recursos son: "Medio de impugnación de los actos administrativos o judiciales establecidos expresamente al efecto por disposición legal. // Medio de impugnación de las resoluciones judiciales que permite a quien se halla legitimado para interponerlo someter la cuestión resuelta en éstas, o determinados aspectos de ella, al mismo órgano jurisdiccional en grado dentro de la jerarquía judicial, para que enmiende, si existe, el error o agravio que lo motiva".<sup>43</sup>

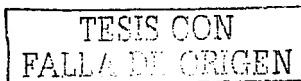
A pesar de la existencia de diversos recursos aplicables en materia de protección al consumidor, únicamente trataremos el recurso de revisión en el siguiente apartado, ya que es el que nos establece la Ley Federal de Protección al Consumidor. No siendo ocioso apuntar algunos recursos como lo son:: el Recurso de Revocación, el Juicio de Nulidad, el Recurso de Amparo, entre otros.

#### **4.2.1. RECURSO DE REVISIÓN**

Los recursos administrativos son los procedimientos de impugnación a través de los cuales los particulares afectados por un acto administrativo pueden

<sup>42</sup> INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURIDICAS DE LA UNAM, Op. Cit. p. 2702.

<sup>43</sup> DE PINA VARA, Rafael. Op. Cit. p. 434.



combatir su validez o su legalidad o solicitar una nueva resolución que anule, revoque o modifique el acto impugnado. El recurso de revisión que se regula en el capítulo XV de la Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene estas características generales de los recursos administrativos. Pero, además, podemos agregar que es un recurso administrativo vertical, en virtud de que debe ser resuelto por el órgano superior jerárquico que determine el Procurador.<sup>44</sup>

Por regla, las resoluciones administrativas impugnables a través del recurso de revisión son aquellas que dicte la Procuraduría en los procedimientos conciliatorio y por infracciones a la Ley, exceptuando el arbitral.

La Ley es omisa sobre los requisitos de contenido del escrito de interposición del recurso de revisión. Sin embargo, tomando en cuenta la naturaleza de este recurso administrativo y la necesidad de que el órgano superior jerárquico cuente con todos los elementos necesarios para resolverlo, podemos afirmar que en dicho escrito el recurrente debe de precisar lo siguiente:

- a) La resolución administrativa que impugna, indicando los datos de identificación del expediente, la autoridad que emitió dicha resolución y la fecha de esta;
- b) Expresar los agravios que le cause la resolución impugnada, es decir manifestar los argumentos jurídicos con base en los cuales estima que dicha resolución no se apega a derecho.

<sup>44</sup> Véase anexo 2, Capítulo XV.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

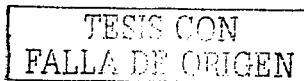
### **4.3. REFORMA A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

La finalidad de este trabajo de investigación es la de proponer una reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor con el objeto de beneficiar al consumidor y que sea más estricta la aplicación de dicha Ley, previo estudio de la misma y deduciendo también los beneficios que provocarían en su aplicación.

#### **4.3.1. CREACIÓN DEL ARTÍCULO 99 BIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR**

La Ley Federal de Protección al Consumidor, necesita urgentemente una reforma en cuanto a la recepción de las reclamaciones, en forma particular en la manera en la que se presenta la misma, no olvidemos que es obligación de la Procuraduría recibir y dar seguimiento adecuado a las reclamaciones que presentan los consumidores, sin embargo, debemos proporcionarles herramientas para su mayor defensa, es por ello que decimos que el artículo 99 de la multicitada ley requiere de estudio y planteamiento de propuestas, para ello nos permitimos continuación transcribir dicho artículo:

**ARTÍCULO 99.- La Procuraduría recibirá las reclamaciones de los consumidores con base en esta ley, las cuales podrán presentarse en forma**



escrita, oral o por cualquier otro medio idóneo cumpliendo con los siguientes requisitos:

I.- Señalar nombre y domicilio del reclamante;

II.- Descripción del bien o servicio que se reclama y relación sucinta de los hechos; y

III.- Señalar nombre y domicilio del proveedor que se contenga en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación o, en su defecto, el que proporcione el reclamante.

La Procuraduría podrá solicitar a las autoridades federales, estatales, municipales o del Distrito Federal, que le proporcionen los datos necesarios para identificar y localizar al proveedor. La autoridades antes señaladas deberán contestar la solicitud dentro de los quince días siguientes a la fecha de su presentación.

Nos podemos percatar que en el cuerpo de este artículo de la ley en sus diferentes fracciones nos solicita algunos datos mismos que son susceptibles de error, y para el caso de ser erróneos dichos datos, se le complicaría la aplicación de la ley a la Procuraduría. Por lo tanto los consumidores necesitan la creación de un artículo 99 bis que permita ampliar nuestra queja o denuncia, con la finalidad de perfeccionarla y cumplimentarla, en razón de que día a día existen más consumidores inconformes en contra de proveedores por el frecuente desacato a la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que a los proveedores no se les sanciona de forma ejemplar y se hacen a la idea de que violar la ley no acarrea consecuencias graves, por lo tanto estimo que es importante la creación e

introducción dentro de la ley del artículo 99 Bis que proponemos a la letra debe decir:

**"ARTICULO 99 BIS.- El consumidor, en una sola ocasión podrá ampliar su reclamación en caso de estimarlo necesario, con la finalidad de proporcionar datos, elementos de convicción y pruebas, e incluso realizar aclaraciones y correcciones; misma que podrá formular una vez interpuesta dicha reclamación o hasta antes de iniciar la audiencia de conciliación, ya sea en forma oral o escrita.**

**Para el caso de que el consumidor amplíe su reclamación, el proveedor podrá solicitar se difiera la audiencia de conciliación por un término de cinco días con la finalidad de que conteste por escrito lo que a su derecho corresponda, de no hacerlo así, podrá responder en forma oral dentro de la audiencia de conciliación."**

La propuesta de este artículo pretende proteger al consumidor y a su vez al proveedor, ya que, por una parte al consumidor le proporciona el fundamento legal para sustentar la ampliación a su reclamación, toda vez, que en la práctica dicha ampliación se realiza constantemente pero sin que exista en la Ley Federal de Protección al Consumidor fundamento legal alguno para hacerlo; por otro lado, con la práctica de la ampliación a la reclamación sin existir fundamento legal alguno se deja en estado de indefensión al proveedor, por lo que con dicha propuesta se le concedería al mismo término para que realice sus manifestaciones que en derecho correspondan garantizando el principio de equidad procesal y



también se evitaría alguna violación a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Esta reforma contribuiría a la mejor aplicación de nuestra Ley Federal de Protección al Consumidor, en cuanto a que a los funcionarios de la Procuraduría les facilitaría integrar las quejas y no dejarían opciones a los proveedores a eximirse de la aplicación de la mencionada ley.

#### **4.3.2. BENEFICIOS DE LA REFORMA**

Es benéfica la reforma propuesta planteada en el subtema anterior de la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que pretende reforzar el apoyo al consumidor, dándole una alternativa para corregir, agregar, modificar o ampliar de la mejor manera el planteamiento de la queja, sin olvidar que se debe de llevar a cabo con estricto apago a derecho. De lo anterior, podemos decir que la Procuraduría podría más aún cumplir con su objeto principal, el cual es el de procurar equidad y garantizar la garantía jurídica en las relaciones de consumo que se establecen entre los consumidores y los proveedores.

Con dicha reforma evitamos que los consumidores sean omisos en sus quejas o bien la planteen de manera escueta y simbólica, así mismo se le proporcionaría a tiempo a la Procuraduría de todos los datos, elementos y pruebas necesarias para llevar a cabo el procedimiento aplicable al caso concreto y si lo

amerita, en su oportunidad, sancionar a los proveedores que infrinjan la ley sin dejarles alternativas para evitar sean sancionados.

La reforma tiene como objeto dar mayor seguridad y respaldo al consumidor ante la procuraduría, una vez que se han quejado de proveedores que infrinjan la ley. Además, se le pretende dar a los consumidores la plena certeza de que para el caso de que los proveedores violen los derechos del consumidor se le aplique estrictamente la ley, sin dejarle alternativa alguna de evadirla o eximirse de las sanciones a las que se hayan hecho acreedores.

También la reforma legalizaría conductas que normalmente se realizan en la práctica y en forma particular nos referimos a que en la actualidad se realiza la ampliación de la queja sin que exista fundamento legal alguno y no obstante, con dicha conducta se contradicen los principios generales de derecho, en particular el principio de equidad y se viola nuestra Constitución.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CONCLUSIONES

PRIMERA. Los derechos de protección al consumidor pertenecen actualmente al derecho social, ya que se estima que el derecho económico es una rama del derecho social, independientemente de su origen, esto en razón de que los derechos de protección al consumidor pretenden proteger a un sector de la población consistente en el grupo de los consumidores.

SEGUNDA. La Ley Federal de Protección al Consumidor es un documento que nos refleja el interés que tiene el Estado en regular las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores ya que esta actividad esta relacionada intimamente con la economía nacional. En dicha ley se establecen los parámetros y lineamientos para controlar dichas relaciones de consumo.

TERCERA. La Ley Federal de Protección al Consumidor vigente es una ley aplicable a nivel federal que tiene como finalidad brindar protección y seguridad a los consumidores, mediante los derechos que contempla la misma, los procedimientos y las sanciones que en ella se establecen aplicables a los proveedores trasgresores de dicha ley en casos concretos.

CUARTA. La misma Ley Federal de Protección al Consumidor da origen a una Procuraduría Federal del Consumidor que tiene como finalidad, velar por los derechos de los consumidores, a través de información, orientación y respaldo

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

frente a los proveedores. Además vigila la debida aplicación de la ley que le dio vida jurídica.

QUINTA. La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado del Estado que desde hace más de 25 años presta múltiples servicios a la población consumidora. Su principal misión es procurar equidad y seguridad jurídica en las relaciones que establecen los consumidores con los proveedores.

SEXTA. Dicha Procuraduría Federal del Consumidor protege y promueve el respeto a los derechos de los consumidores; sin embargo la mejor defensa es la que puede ejercer el propio consumidor, si cuenta con información oportuna y suficiente sobre la mejor forma de comprar o contratar servicios.

SEPTIMA. La Procuraduría Federal del Consumidor orienta, asesora y educa a la población en general a fin de prevenir abusos, mejorar los hábitos de consumo y fomentar una cultura de consumo crítica, consciente y responsable. Sin olvidar que la participación de los consumidores que somos todos es indispensable.

OCTAVA. La constante transformación de la sociedad genera algunas lagunas dentro de las leyes y la Ley Federal de protección al consumidor no es la excepción, por lo tanto se requiere que las leyes se reformen dependiendo las necesidades de la población, ya que en ocasiones no es suficiente la

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

interpretación de la ley y no existe jurisprudencia aplicable, sin embargo, siempre dichas reformas deben buscar el beneficio de la colectividad.

NOVENA. La reforma que proponemos consistente en la creación del artículo 99 bis que intenta beneficiar a los consumidores ante los proveedores de una manera práctica, y que de cierta forma es una estrategia que busca mejorar la adecuada aplicación de la ley en contra de los proveedores que violen los derechos del consumidor.

DECIMA. La reforma propuesta tiene por objeto subsanar las omisiones que se realizan en el desarrollo de las quejas, permitiendo la ampliación de la mismas la cual se realizará en una sola ocasión desde la formal presentación de la queja ante profeco, o bien, hasta antes de iniciar la audiencia de conciliación, en forma oral o escrita y dando un término para que el proveedor manifieste lo que en derecho corresponda, evitando así posibles violaciones a la constitución, o bien, contradecir los principios generales de derecho; En el mismo orden de ideas, la Procuraduría Federal del Consumidor es el órgano competente para aplicar eficazmente el artículo 99 Bis, el cuál sugiero se redacte de la siguiente manera:

**"ARTICULO 99 BIS.- El consumidor, en una sola ocasión podrá ampliar su reclamación en caso de estimarlo necesario, con la finalidad de proporcionar datos, elementos de convicción y pruebas, e incluso realizar aclaraciones y correcciones; misma que podrá formular una vez interpuesta**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

dicha reclamación o hasta antes de iniciar la audiencia de conciliación, ya sea en forma oral o escrita.

Para el caso de que el consumidor amplió su reclamación, el proveedor podrá solicitar se difiera la audiencia de conciliación por un término de cinco días con la finalidad de que conteste por escrito lo que a su derecho corresponda, de no hacerlo así, podrá responder en forma oral dentro de la audiencia de conciliación."

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## BIBLIOGRAFÍA

A. STIGLITZ, Gabriel. Protección Jurídica del Consumidor, 2ª ed.

Editorial de Palma, Argentina, 1990, 179 pp.

BÁEZ MARTÍNEZ, Roberto. Derecho Económico.

Editorial Oxford University Press-Harl, México, 1996, 432 pp.

GÓMEZ GRANILLO, Moisés. Introducción al Derecho Económico.

Editorial Esfinge, México, 1995, 167 pp.

GARCÍA MÁYNEZ, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho, 48ª ed.

Editorial Porrúa, México, 1996, 444 pp.

OVALLE FAVELA, José. Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Editorial McGraw-Hill, México, 1995, 316 pp.

----- Derechos del Consumidor, 2ª ed.

Instituto de Investigaciones Jurídicas y la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, México, 2001, 99 pp.



PALACIOS LUNA, Manuel R. El Derecho Económico en México. 6ª ed.

Editorial Porrúa, México, 1993, 357 pp.

PARRA LUCAN, María De los Ángeles. Daños por productos y protección al consumidor.

José María Bosh Editor, España, 1990, 677 pp.

PEREZ ALVAREZ, Fernando. Protección Penal del Consumidor (Salud Pública y Alimentación).

Editorial Praxis, España, 1991, 338 pp.

RANGEL COUTO, Hugo. El Derecho Económico. 2ª ed.

Editorial Porrúa, México, 1980, 284 pp.

RANGEL MEDINA, David. Derecho de la propiedad industrial e intelectual. 2ª ed.

Editorial UNAM, México, 1992, 220 pp.

RIVERO ALEMAN, Santiago. Disciplinas del crédito Bancario y protección al consumidor.

Editorial Aranzadi, España, 1995, 672 pp.

SÁNCHEZ CORDERO DAVILA, Jorge A. La protección del consumidor.

Editorial Nueva Imagen, México, 1981, 409 pp.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



SERRA ROJAS, Andrés. Derecho Económico. 5ª ed.

Editorial Porrúa, México, 1993, 775 pp.

WITKER VELAZQUEZ, Jorge. Curso de Derecho Económico.

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1989, 606 pp.

-----, Jorge. Derecho Económico.

Editorial Harla, México, 1985, 480 pp.

-----, Jorge. Introducción al Derecho Económico.

Editorial Oxford University Press-Harla, México, 1999, 758 pp.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## LEGISLACIÓN

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Código de Comercio.
- Código Federal de Procedimientos Civiles.
- Ley de Metrología y Normalización.
- Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Ley General de Pesos y Medidas.
- Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor.
- Apéndice al Semanario Judicial de la Federación 1917-2000.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

BC

## OTROS MEDIOS DE INFORMACIÓN

DE PINA VARA, Rafael. Diccionario de Derecho. 24ª ed.

Editorial Porrúa, México, 1997, 178 pp.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS DE LA UNAM. Diccionario Jurídico Mexicano.

Editorial Porrúa, México, 1994, 2268 pp.

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. 25 Derechos básicos del consumidor.

Talleres gráficos de México, México, 2003, 17 pp.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 25 DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR

I.- Recibir información suficiente y veraz sobre los productos que deseamos adquirir o los servicios que queremos contratar.

Al adquirir un producto o contratar un servicio, tenemos derecho a que la publicidad o la información que proporciona el proveedor sea veraz y comprobable. Los textos, diálogos, sonidos, o imágenes que promuevan el producto o servicio deben ser claros, no confundir ni inducir al error.

Si el producto es de procedencia extranjera debe especificar su lugar de origen, donde puede ser reparado, las instrucciones para su uso y si cuenta con garantía.

La información de las etiquetas debe estar en español y el precio en pesos mexicanos.

Este derecho está contemplado en los artículos 32, 33 y 34 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

II.- Que los términos de la garantía sean claros y precisos:

Cuando un producto o servicio otorgue garantía, el proveedor deberá entregarla por escrito en el momento en el que se recibe el producto o se contrata el servicio. La garantía debe estipular claramente sus alcances, su duración, las condiciones, mecanismos y domicilio para hacerla efectiva, así como los lugares donde pueden presentarse reclamaciones.

En ningún caso las garantías pueden incluir cláusulas que reduzcan o lesionen nuestros derechos como consumidores.

Este derecho está contemplado en los artículos 78 y 79 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

III.- Recibir información que los advierta sobre los riesgos de los productos o servicios:

Si un producto o servicio es potencialmente peligroso, el proveedor debe incluir en el instructivo las advertencias necesarias y explicar claramente el uso recomendado para el producto. Si no lo hace así, está obligado a responder por los daños y perjuicios que cause.

Este derecho está contemplado en el artículo 41 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

IV.- Adquirir los productos que se encuentren en existencia sin negativa o condicionamiento de venta:

Bajo ninguna circunstancia el proveedor o sus dependientes pueden negar o condicionar la venta, adquisición o renta de productos o servicios que se encuentren en existencia y se anuncian como disponibles.

Tenemos derecho a elegir tanto los productos como los servicios que más nos convenga.

Este derecho está contemplado en el artículo 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

V.- Disfrutar los bienes que se especifiquen en las promociones y ofertas:

Si un establecimiento lanza una oferta o hace una promoción, durante su vigencia tenemos derecho a gozar del beneficio correspondiente, siempre y cuando el bien o servicio que se promueva se encuentre en existencia.

Al comprar un producto o contratar un servicio que ofrezca precios o beneficios especiales, conviene leer con detalle los términos y las condiciones establecidas por el proveedor. Si no respetan las ofertas que prometen podemos optar por aceptar otro bien o servicio equivalente, la rescisión del contrato o acudir a profeco para exigir su cumplimiento.

Este derecho está reconocido en los artículos 46 al 50 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

VI.- Recibir información detallada sobre plazos y condiciones de operaciones de crédito:

Antes de adquirir un producto o un servicio a crédito, el proveedor debe informarnos sobre el precio de contado, el monto y detalle de cualquier posible cargo extra, así como los intereses a pagar de acuerdo con una tasa fija o variable. También debe estipularse el número de pagos y cada cuando deben realizarse, así como la posible reducción de intereses por pago anticipado.

Por ningún motivo debemos aceptar cobros e intereses moratorios injustificados.

Este derecho está contemplado en el artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

VII.- Que el cobro de intereses por compras a crédito sea justo:

El proveedor solo podrá cobrar intereses por saldos no pagados nunca por adelantado y únicamente por períodos vencidos.

Exijamos el cumplimiento del contrato si pretenden cobrarnos más o modificar lo pactado.

Este derecho está reconocido en el artículo 69 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

VIII.- La devolución del dinero, la reparación o el cambio del producto cuando tenga algún defecto o vicio oculto:

Si el producto adquirido tiene algún defecto o no funciona de forma correcta, tenemos derecho a solicitar que el proveedor nos devuelva el dinero que pagamos por él, reduzca el precio del producto o lo repare sin costo alguno hasta que funcione bien.

Este derecho está contemplado en los artículos 81, 82 y 92 fracción III de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

IX.- Recibir el reembolso cuando se pague más del precio máximo determinado o estipulado:

El proveedor está obligado a devolver el excedente cuando paguemos más del precio máximo estipulado para un bien o un servicio. Tenemos hasta un año para exigir el reembolso de los que hayamos pagado de más.

Este derecho está reconocido en el artículo 91 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

X.- La reposición del producto cuando el contenido sea menor al que indica su empaque:

En el caso de que la cantidad de un producto sea menor a la especificada en su empaque el proveedor debe devolver el dinero o bonificar lo que falta del producto.

Tenemos derecho a obtener la cantidad justa por lo que pagamos.

Este derecho está contemplado en el artículo 92 fracción I de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XI.- La reposición del producto cuando no reúna las condiciones ofrecidas:

Todos los productos deben cumplir con la calidad, marca y especificaciones ofrecidas por el proveedor. En caso de que el artículo no cumpla con esas condiciones o se encuentre en mal estado, tenemos derecho a una bonificación, a que lo cambien, o a que nos devuelvan el dinero si así lo preferimos.

Este derecho está contemplado en el artículo 92 fracción III de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XII.- Recibir comprobantes de las operaciones comerciales:

Los proveedores de cualquier bien o servicio tienen la obligación de expedir notas, facturas o recibos de las compras u operaciones comerciales que realicen. Al exigir estos comprobantes, aseguremonos de que incluyan todos los datos de la compraventa o del servicio prestado: fecha, concepto, importe, domicilio del proveedor y cédula de identificación fiscal.

Este derecho está contemplado en el artículo 12 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XIII - Un servicio de calidad, utilizando partes nuevas y adecuadas en la reparación de toda clase de productos:

Si no autorizamos expresamente lo contrario, todas las reparaciones deben hacerse usando partes y refacciones nuevas y adecuadas. Si las partes y refacciones empleadas están sujetas a la norma de cumplimiento obligatorio (Norma Oficial Mexicana), deberá tener la contrasena NCM.

En caso de que no se cumpla con estas especificaciones, tenemos derecho a exigir el pago de daños y perjuicios.

Este derecho está contemplado en el artículo 60 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XIV - Ser indemnizado cuando resulte averiado el producto que recibió mantenimiento o reparación:

Si por deficiencia en el servicio de mantenimiento o reparación de un bien éste algún daño, total o parcial, tenemos derecho a una indemnización.

Este derecho no puede ser suprimido o limitado por ningún motivo, aún si pactamos con anterioridad con el proveedor del servicio que no lo haríamos valer.

TESIS CON  
FALLA EN ORIGEN

Este derecho está reconocido en el artículo 61 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XV.- Que las tarifas de los servicios se exhiban a la vista del público:

Todo establecimiento debe exhibir las tarifas de sus principales servicios de manera clara y legible. En caso de existir otros servicios, las tarifas deben de estar disponibles para su consulta.

Este derecho está contemplado en el artículo 57 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XVI.- Disfrutar de los servicios que se ofrecen al público en general y en igualdad de condiciones:

Todos tenemos derecho a ser tratados con equidad y justicia. Ningún proveedor de bienes o servicios puede discriminar u otorgar preferencias al seleccionar su clientela, ni reservarse el derecho de admisión o excluir a cualquier persona. Solamente podrá hacerlo cuando se afecte la seguridad o la tranquilidad del lugar o exista algún ordenamiento legal que así lo establezca.

Esta prohibido negar o condicionar la entrada a restaurantes, clubes sociales, centros comerciales o de espectáculos, sin causa justificada.

Este derecho está contemplado en el artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XVII.- Solicitar la intervención de PROFECO cuando se afecten nuestros derechos:

Profeco es responsable de la defensa de los consumidores frente a los proveedores o prestadores de servicio que quieran cometer abusos, por eso atenderá de inmediato quejas y denuncias de violación a la LFPC.

Este derecho lo otorga el artículo 97 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XVIII - Recibir el contrato de adhesión redactado en español y con letra legible.

Tenemos derecho a recibir un contrato, en español y con letra legible, en el que se establezcan los términos y las condiciones aplicables a la compra o transacción de un bien o un servicio.

El contrato de adhesión no siempre contiene las cláusulas de un contrato común, por que el proveedor lo elabora unilateralmente con un formato para la venta de sus productos o la prestación de servicios. La dirección General Jurídica consultiva de profeco atiende cualquier consulta. También podemos recibir asesoría de la delegación de Profeco más cercana.

Este derecho está contemplado en los artículos 12 y 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XIX.- Que se respete la integridad personal:

Ningún establecimiento comercial o de servicios puede atentar contra la libertad, la seguridad o la integridad personal bajo pretexto de registro o averiguación.

En caso de que algún consumidor cometa un delito, lo único que pueden hacer los proveedores es remitir al infractor ante la autoridad competente.

En caso de violación a esta disposición podemos exigir la reparación del daño moral y de la indemnización por daños y perjuicios.

Este derecho está reconocido por el artículo 10 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

XX - La revocación del consentimiento en operaciones que se realicen fuera del local comercial:

Si realizamos una compra fuera de un local comercial, tenemos cinco días a partir de la entrega del bien o la firma del contrato ( lo último que suceda) para revocarlo, ya sea mediante aviso o a través de la devolución del producto.

Dentro de este término tenemos derecho de reflexionar sobre la operación realizada. El proveedor no puede cobrar ningún cargo extra por la rescisión del contrato. Solo estamos obligados a pagar el costo del flete y del seguro.

El único caso en que no podemos ejercer este derecho es cuando contratamos la prestación de algún servicio cuya fecha de cumplimiento es dentro de los 10 días hábiles posteriores a la transacción.

Este derecho está contemplado en el artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Xxi - Recibir información suficiente, clara y veraz sobre la adquisición de tiempos compartidos:

TESIS CON  
FALLA DE DENIEN

Para poder realizar la venta o preventa de un tiempo compartido, el proveedor debe notificar previamente la operación a la Secretaría de Economía.

Antes de contratar un servicio de tiempo compartido nos conviene obtener la información suficiente para realizar la mejor elección. Los prestadores de este servicio deben contar con un contrato de adhesión, registrado ante profeco, que contenga entre otros datos:

- a) Nombre y domicilio del proveedor.
- b) Lugar donde se prestar el servicio.
- c) Determinación clara de los derechos de uso y goce del servicio.
- d) Costo de los gastos de mantenimiento.
- e) Descripción de fianzas y garantías y, en su caso,
- f) Opciones de intercambio.

Este derecho está reconocido en los artículos 64 y 65 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

**XXII. - El cumplimiento de la entrega de bienes inmuebles:**

El proveedor debe entregar los bienes inmuebles adquiridos en el plazo establecido y con las características que ofreció. El vendedor o arrendador no tiene derecho a exigir ningún pago o anticipo por el inmueble hasta que la operación conste en un contrato escrito.

Antes de firmar un contrato relacionado con bienes inmuebles, es importante verificar que se establezcan la fecha de entrega, las especificaciones, los plazos y demás elementos que individualicen el bien.

Este derecho está contemplado en los artículos 73, 74, 75 y 76 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

**XXIII. - Que no se apliquen cuotas o tarifas adicionales al consumidor discapacitado:**

El consumidor discapacitado tiene derecho a ser tratado con respeto y con equidad. Por ningún motivo los proveedores de bienes o servicios pueden cobrar tarifas o cuotas especiales por el uso de aparatos ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para el uso personal de los discapacitados, incluyendo el perro guía en caso de invidentes. No permitamos abusos bajo ningún pretexto.

Este derecho está reconocido por el artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

**XXIV. - Que no se condicione o limite el uso de bienes y servicios al consumidor discapacitado**

El proveedor tiene la obligación de otorgar el mismo servicio y ofrecer los mismos productos al consumidor discapacitado. Además, debe brindar las facilidades necesarias para que este tipo de consumidor pueda hacer uso de los bienes o servicios que se ofrecen, los cuales ni el proveedor ni sus dependientes pueden negar, condicionar o limitar. Denunciamos de inmediato ante profeco cualquier discriminación o injusticia que viole esta prerrogativa.

Este derecho está reconocido en el artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

**XXV. - La seguridad, veracidad y confidencialidad en las operaciones efectuadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.**

Los proveedores deben utilizar de manera confidencial la información que proporcionemos al realizar cualquier transacción a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, y no puede distribuirla sin autorización nuestra o de alguna autoridad competente.

El proveedor tiene que proporcionar todos los datos que lo identifiquen plenamente, así como los teléfonos y el domicilio físico donde podamos acudir a hacer cualquier aclaración o reclamación.

Los anuncios y la información de los productos y servicios que se ofrecen a través de estos medios deben ser clara y suficiente: la publicidad no debe inducir a error.

Antes de realizar alguna operación de este tipo es importante asegurarnos de conocer los términos, condiciones, costos, cargos adicionales y forma de pago.

Este derecho está reconocido en el artículo 75 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

TESIS CON  
FALLA DE LEGISLACIÓN

# LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

## CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 1.- La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

I.- La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;

II.- La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;

III.- La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;

IV.- La efectiva prevención y reparación de los daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;

V.- El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores.

VI.- El otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos; y

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

VIII.- La efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos, o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados.

Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales en los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes, así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.

ARTÍCULO 2.- Para los efectos de esta ley, se entiende por:

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

II.- 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;

III.- Secretaría: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; y

IV.- Procuraduría: la Procuraduría Federal del Consumidor.

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

ARTÍCULO 4.- Son auxiliares en la aplicación y vigilancia de esta ley las autoridades federales, estatales y municipales.

ARTÍCULO 5.- Quedan exceptuadas de las disposiciones de esta ley, los servicios que se presten en virtud de una relación o contrato de trabajo, los de las Instituciones y Organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de las Comisiones Nacionales Bancarias, de Valores o

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



de Seguros y Fianzas o del Sistema de Ahorro para el Retiro; así como los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil.

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

ARTÍCULO 7.- Todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones, y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a personas con discapacidad.

ARTÍCULO 8.- Los proveedores están obligados a respetar los precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados o autorizados por la Secretaría o por cualquier otra dependencia federal, en los términos de la legislación de la materia.

ARTÍCULO 9.- Los proveedores de bienes o servicios incurrir en responsabilidad administrativa por los actos propios que atenten contra los derechos del consumidor y por los de sus colaboradores, subordinados y toda clase de vigilantes, guardias o personal auxiliar que preste servicios en el establecimiento de que se trate, independientemente de la responsabilidad personal en que incurra el infractor.

## CAPÍTULO II DE LAS AUTORIDADES.

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

I.- Productos que deban expresar los elementos, substancias o ingredientes de que estén elaborados o integrados así como sus

II.- propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso o masa drenados, y demás datos relevantes en los envases, empaques, envolturas, etiquetas o publicidad, que incluyan los términos y condiciones de los instructivos y advertencias para su uso ordinario y conservación;

III.- La tolerancia admitida en lo referente a peso y contenido de los productos ofrecidos en envases o empaques, así como lo relativo a distribución y manejo de gas L.P.;

IV.- La forma y términos en que deberá incorporarse la información obligatoria correspondiente en los productos a que se refieren las fracciones anteriores;

V.- Los requisitos de información a que se someterán las garantías de los productos y servicios, salvo que estén sujetos a la inspección o vigilancia de otra dependencia de la administración pública federal, en cuyo caso ésta ejercerá la presente atribución;

VI.- Los requisitos que deberán cumplir los sistemas y prácticas de comercialización de bienes;

VII.- Los productos que deberán observar requisitos especiales para ostentar el precio de venta al público de los productos, cualesquiera que éstos sean, en sus envases, empaques o envolturas o mediante letreros colocados en el lugar donde se encuentren para su expendio, donde se anuncian u ofrecen al público, así como la forma en que deberán ostentarse;

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

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

X.- Los demás que establezcan esta ley y otros ordenamientos.

ARTÍCULO 20.- La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en esta ley, los reglamentos de esta y su estatuto.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ARTÍCULO 21.-** El domicilio de la Procuraduría será la Ciudad de México y establecerá delegaciones en todas las entidades federativas. Los tribunales federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte.

**ARTÍCULO 22.-** La Procuraduría se organizará de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime convenientes, en los términos que señalen los reglamentos y su estatuto.

**ARTÍCULO 23 -** El patrimonio de la Procuraduría estará integrado por:

- I.- Los bienes con que cuenta;
- II.- Los recursos que directamente le asigne el Presupuesto de Egresos de la Federación;
- III - Los recursos que le aporten las dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal y municipal;
- IV.- Los ingresos que perciba por los servicios que proporcione en los términos que señale la ley de la materia; y

V.- Los demás bienes que adquiera por cualquier otro título legal.

**ARTÍCULO 24.-** La Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

- I.- Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;
- II.- Procurar y representar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan;
- III.- Representar individualmente o en grupo a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores.
- IV.- Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;
- V.- Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor;
- VI.- Orientar a la industria y al comercio respecto a las necesidades y problemas de los consumidores;
- VII.- Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;
- VIII - Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y prestar asesoría a consumidores y proveedores.
- IX.- Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;
- IX bis.- Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de los proveedores, que incorporen los principios previstos por esta Ley respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología;
- X.- Actuar como perito y consultar en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos.
- XI - Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta ley.
- XII.- Celebrar convenios y acuerdos de colaboración de información con autoridades federales, estatales, municipales y entidades paraestatales en beneficio de los consumidores;
- XIII - Vigilar y verificar el cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados o autorizados por la Secretaría y coordinarse con otras dependencias legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y a la vez evitar duplicación de funciones;
- XIV - Vigilar y verificar el cumplimiento de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivos, garantías y especificaciones industriales, en los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;
- XV - Registrar los contratos de adhesión que lo requieran cuando cumplan la normatividad aplicable, y organizar y llevar el Registro Público de contratos de adhesión.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

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

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

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

XIX.- Aplicar las sanciones establecidas en esta ley;

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

XXI.- Las demás que le confieran esta ley y otros ordenamientos.

ARTÍCULO 25.- La Procuraduría, para el desempeño de las funciones que le atribuye la ley, podrá emplear los siguientes medios de apremio:

I.- Multa por el equivalente de una hasta doscientas veces el salario mínimo general vigente en Distrito Federal. En caso de que persista la infracción podrán imponerse nuevas multas por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo; y

II.- El auxilio de la fuerza pública

ARTÍCULO 26.- La Procuraduría tendrá legitimación procesal activa para ejercer ante los tribunales competentes acciones de grupo en representación de consumidores, para que dichos órganos, en su caso dicten:

I.- Sentencia que declare que una o varias personas han realizado una conducta que ha ocasionado daños o perjuicios a consumidores y, en consecuencia, proceda la reparación por la vía incidental a los interesados que acrediten su calidad de perjudicados. En este caso la Procuraduría deberá contar previamente con mandato de los consumidores perjudicados; o

II.- Mandamiento para impedir, suspender o modificar la realización de conductas que ocasionen daños o perjuicios a consumidores o previsiblemente puedan ocasionarlos.

Las atribuciones que este artículo otorga a la Procuraduría son discrecionales y se ejercitarán previo análisis de su procedencia.

ARTÍCULO 27.- El Procurador Federal del Consumidor tendrá las siguientes atribuciones:

I.- Representar legalmente a la Procuraduría;

II.- Nombrar y remover al personal al servicio de la Procuraduría, señalándole sus funciones y remuneraciones;

III.- Crear las unidades que se requieran para el buen funcionamiento de la Procuraduría y determinar la competencia de dichas unidades, de acuerdo con el estatuto orgánico.

IV.- Informar al Secretario de Comercio y Fomento Industrial sobre los asuntos que sean de la competencia de la Procuraduría;

V.- Proponer el anteproyecto de presupuesto de la Procuraduría y autorizar el ejercicio del aprobado;

VI.- Aprobar los programas de la entidad;

VII.- Establecer los criterios para la imposición de sanciones que determina la ley, así como para dejarlas sin efecto, reducirlas, modificarlas o conmutarlas, cuando a su criterio se preserve la equidad; observando en todo momento lo dispuesto por el artículo 132 del presente ordenamiento.

VIII.- Delegar facultades de autoridad y demás necesarias o convenientes en servidores públicos subalternos, sin perjuicio de su ejercicio directo. Los acuerdos relativos se publicarán en el Diario Oficial de la Federación;

IX.- Fijar las políticas y expedir las normas de organización y funcionamiento de la Procuraduría;

X.- Expedir el estatuto orgánico de la Procuraduría, previa aprobación del Secretario de Comercio y Fomento Industrial;

XI.- Las demás que le confiera esta ley y otros ordenamientos.

ARTÍCULO 28.- El Procurador Federal del Consumidor será designado por el Presidente de la República y deberá ser ciudadano mexicano y tener título de licenciado en derecho y haberse desempeñado en forma destacada en cuestiones profesionales de servicio público o académicas substancialmente relacionadas con el objeto de esta ley.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 29.- Las relaciones de trabajo entre la Procuraduría y sus trabajadores se regularán por la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, reglamentaria del Apartado B) del artículo 123 Constitucional. Dentro del personal de confianza se considerará al que desempeñe funciones directivas, de investigación, vigilancia, inspección, supervisión y demás establecidas en dicha ley. Asimismo, tendrán este carácter quienes se encuentren adscritos a las oficinas superiores, los delegados, subdelegados y los que manejen fondos y valores.

ARTÍCULO 30.- El personal de la Procuraduría estará incorporado al régimen de la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

ARTÍCULO 31.- Como auxiliar de las autoridades, funcionará un consejo consultivo para la protección al consumidor cuyas funciones serán:

I.- Asesorar a la Secretaría en cuestiones relacionadas con las políticas de protección al consumidor y opinar sobre los proyectos de normas oficiales mexicanas que se pretenden expedir en los supuestos a que se refiere esta ley;

II.- Opinar sobre problemas específicos relacionados con los intereses del consumidor y dar cuenta de ello a la Secretaría y a la Procuraduría, y

III.- Las demás que como órgano consultivo le confiera el acuerdo respectivo del Secretario de Comercio y Fomento Industrial.

El consejo consultivo estará integrado por un representante de la Secretaría, por otro de la Procuraduría, por un representante de las instituciones nacionales de enseñanza superior, hasta tres representantes de los consumidores y hasta tres de los proveedores, designados por acuerdo del Secretario de Comercio y Fomento Industrial, de entre las entidades legalmente reconocidas. El Secretario designará al presidente del consejo.

El consejo podrá invitar a sus sesiones de trabajo a las organizaciones de proveedores y de consumidores, directamente vinculados con el tema de la sección.

#### CAPÍTULO III DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.

ARTÍCULO 32.- La información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por inexactitud.

ARTÍCULO 33.- La información de productos importados expresará su lugar de origen y, en su caso, los lugares donde puedan repararse, así como las instrucciones para su uso y las garantías correspondientes, en los términos señalados por esta ley.

ARTÍCULO 34.- Los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases y empaques y la publicidad respectiva, tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera, se expresarán en idioma español y su precio en moneda nacional en términos comprensibles y legibles conforme al sistema general de unidades de medida, sin perjuicio de que, además se expresen en otro idioma u otro sistema de medida.

ARTÍCULO 35.- Sin perjuicio de la intervención que otras disposiciones legales asignen a distintas dependencias, la Procuraduría podrá:

I.- Ordenar al proveedor que suspenda la publicidad que viole las disposiciones de esta ley.

II.- Ordenar que se realice la publicidad correctiva en la forma en que se estime suficiente;

y  
III - Imponer las sanciones que correspondan, en términos de esta ley.

En la imposición de las anteriores sanciones deberá concederse al infractor la garantía de audiencia a que se refiere el artículo 123 de este ordenamiento.

ARTÍCULO 36.- Se sancionará a petición de parte interesada, en los términos señalados en esta ley, a quien inserte algún aviso en la prensa o en cualquier otro medio masivo de difusión, dirigiendo nominativa e indubitadamente a uno o varios consumidores para hacer efectivo un cobro o el cumplimiento de un contrato.

ARTÍCULO 37.- La falta de veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones prometidas o sugeridas, además de las sanciones que se apliquen conforme a esta ley, dará lugar

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

al cumplimiento de lo ofrecido o, cuando esto no sea posible, a la reposición de los gastos necesarios que pruebe haber efectuado el adquirente y, en su caso, al pago de daños y perjuicios.

ARTÍCULO 38.- Las leyendas que restrinjan o limiten el uso del bien o el servicio deberán hacerse patentes en forma clara, veraz y sin ambigüedades.

ARTÍCULO 39.- Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, deberá advertirse de manera precisa y clara tales circunstancias al consumidor y hacerse constar en los propios bienes, envolturas, notas de remisión o facturas correspondientes.

ARTÍCULO 40.- Las leyendas "garantizado", "garantía" o cualquier otra equivalente, sólo podrán emplearse cuando se indiquen en qué consisten y la forma en que el consumidor puede hacerlas efectivas.

ARTÍCULO 41.- Cuando se trate de productos o servicios que de conformidad con las disposiciones aplicables, se consideren potencialmente peligrosos para el consumidor o lesivos para el medio ambiente o cuando sea previsible su peligrosidad, el proveedor deberá incluir un instructivo que advierta sobre sus características nocivas y explique con claridad el uso o destino recomendado y los posibles efectos de su uso, aplicación o destino fuera de los lineamientos recomendados. El proveedor responderá de los daños y perjuicios que cause al consumidor la violación de esta disposición.

ARTÍCULO 42.- El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidas o implícitas en la publicidad o información desplegadas, salvo cuando en contrario o consentimiento escrito del consumidor.

ARTÍCULO 43.- Salvo cuando medie mandato judicial o disposición jurídica que exija el cumplimiento de algún requisito ni el proveedor ni sus dependientes podrán negar al consumidor la venta, adquisición, renta o suministro de bienes o servicios que se tengan en existencia. Tampoco podrá condicionarse la venta, adquisición o renta a la adquisición o renta de otro producto o prestación de un servicio. Se presume la existencia de productos o servicios cuando éstos se anuncian como disponibles.

Tratándose de contratos de tracto sucesivo, el proveedor podrá realizar una investigación de crédito para asegurarse que el consumidor está en condiciones de cumplirlo, igualmente, no se considerará que se viola esta disposición cuando haya un mayor número de solicitantes que el de bienes o servicios disponibles.

ARTÍCULO 44.- La Procuraduría podrá hacer referencia a productos, marcas, servicios o empresas en forma específica, como resultado de investigaciones permanentes, técnicas y objetivas, a efecto de orientar y proteger el interés de los consumidores y publicar periódicamente dichos resultados para conocimiento de éstos.

ARTÍCULO 45.- Quedan prohibidos los convenios, códigos de conducta o cualquier otra forma de colusión entre proveedores, publicistas o cualquier grupo de personas para restringir la información que se pueda proporcionar a los consumidores.

#### CAPITULO IV DE LAS PROMOCIONES Y OFERTAS.

ARTÍCULO 46.- Para los efectos de esta ley, se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios.

I.- Con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio;

II.- Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido.

III.- Con figuras o leyendas impresas en las tapas, etiquetas, o envases de los productos o incluidas dentro de aquéllos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse, y

IV.- Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares.

Por "oferta", "barata", "descuento", "remate" o cualquier expresión similar se entiende el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ARTÍCULO 47.-** No se necesitará autorización para llevar a cabo promociones, excepto cuando así lo dispongan las normas oficiales mexicanas, en los casos en que se lesionen o se pueden lesionar los intereses de los consumidores.

No podrán imponerse restricciones a la actividad comercial en adición a las señaladas en esta ley, ni favorecer específicamente las promociones u ofertas de proveedores determinados.

**ARTÍCULO 48.-** En las promociones y ofertas se observarán las siguientes reglas:

I.- En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, así como el plazo de duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos. Si no se fija plazo ni volumen, se presume que son indefinidos hasta que se haga del conocimiento público la revocación de la oferta, de modo suficiente y por los mismos medios de difusión; y

II.- Todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho a la adquisición, durante el plazo previamente determinado o en tanto exista disponibilidad, de los bienes o servicios de que se trate.

**ARTÍCULO 49.-** No se podrán realizar promociones en las que se anuncie un valor monetario para el bien o servicio sorteado, notoriamente superior al normalmente disponible en el mercado.

**ARTÍCULO 50.-** Si el autor de la promoción u oferta no cumple su ofrecimiento, el consumidor podrá optar por exigir el cumplimiento, aceptar otro bien o servicio equivalente o la rescisión del contrato y, en todo caso, tendrá derecho al pago de daños y perjuicios, los cuales no podrán ser inferiores a la diferencia económica entre el precio al que se ofrezca el bien o servicio objeto de la promoción u oferta y su precio normal.

#### **CAPÍTULO V**

#### **DE LAS VENTAS A DOMICILIO, MEDIATAS O INDIRECTAS.**

**ARTÍCULO 51.-** Por venta a domicilio, mediata o indirecta, se entiende la que se proponga o lleve a cabo fuera del local o establecimiento del proveedor, incluidos el arrendamiento de bienes muebles y la prestación de servicios. Lo dispuesto en este capítulo no es aplicable a la compraventa de bienes perecederos recibidos por el consumidor y pagados de contado.

**ARTÍCULO 52.-** Las ventas a que se refiere este capítulo deberán constar por escrito que deberá contener:

I.- El nombre y dirección del proveedor e identificación de la operación y de los bienes y servicios de que se trate, y

II - Garantías y requisitos señalados por esta ley. El proveedor está obligado a entregar al consumidor una copia del documento respectivo.

**ARTÍCULO 53.-** Los proveedores que realicen las ventas a que se refiere este capítulo por medios en los cuales sea imposible la entrega del documento al celebrarse la transacción, tales como teléfono, televisión, servicios de correo o mensajería u otros en que no exista trato directo con el comprador, deberán:

I.- Cerciorarse de que la entrega del bien o servicio efectivamente se hace en el domicilio del consumidor o que el consumidor está plenamente identificado;

II - Permitir al consumidor hacer reclamaciones y devoluciones por medios similares a los utilizados para la venta.

III - Cubrir los costos de transporte y envío de mercancía en caso de haber devoluciones o reparaciones amparadas por la garantía, salvo pacto en contrario; y

IV.- Informar previamente al consumidor el precio, fecha aproximada de entrega, costos de seguro y flete y, en su caso, la marca del bien o servicio.

**ARTÍCULO 54.-** Cuando el cobro o cargo por un bien o servicio se haga en forma automática al recibo telefónico, o a una cuenta, la tarjeta de crédito o a otro recibo o cuenta que le lleven al consumidor, el proveedor y el agente cobrador deberán advertir esto al consumidor en forma clara, ya sea en la publicidad, en el canal de venta o en el recibo. Lo mismo se aplica a aquellos casos en que la compra involucre el pago de una llamada de larga distancia o gastos de entrega pagaderos por el consumidor.

**ARTÍCULO 55.-** Los proveedores deberán mantener registros e informar al consumidor todo lo necesario para que pueda identificar individualmente la transacción y cerciorarse de la identidad del consumidor.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 56.- El contrato se perfeccionará a los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda. Durante ese lapso, el consumidor tendrá la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna. La revocación deberá hacerse mediante aviso o mediante entrega del bien en forma personal, por correo registrado, o por otro medio fehaciente. La revocación hecha conforme a este artículo deja sin efecto la operación. En este caso, los costos de flete y seguro correrán a cargo del consumidor. Tratándose de servicios, lo anterior no será aplicable si la fecha de prestación del servicio se encuentra a diez días hábiles o menos de la fecha de la orden de compra.

#### CAPÍTULO VI DE LOS SERVICIOS.

ARTÍCULO 57.- En todo establecimiento de prestación de servicios, deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles. Las tarifas de los demás, en todo caso, deberán estar disponibles al público.

ARTÍCULO 58.- Los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan estos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, reserva del derecho de admisión, exclusión a personas con discapacidad y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas, o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales. Dichos proveedores en ningún caso podrán aplicar o cobrar tarifas superiores a las autorizadas o registradas para la clientela en general, ni tampoco cuotas extraordinarias o compensatorias a las personas con discapacidad por sus implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para su uso personal, incluyéndose el perro guía en el caso de invidentes.

Los proveedores están obligados a dar las facilidades o contar con los dispositivos indispensables para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes o servicios que ofrecen. Dichas facilidades y dispositivos no pueden ser inferiores a los que determinen las disposiciones legales o normas oficiales aplicables, ni tampoco podrá el proveedor establecer condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente correspondan al discapacitado como consumidor.

ARTÍCULO 59.- Antes de la prestación de un servicio, el proveedor deberá presentar presupuesto por escrito. En caso de reparaciones, el presupuesto deberá describir las características del servicio, el costo de refacciones y mano de obra, así como su vigencia, independientemente de que se estipulen mecanismos de variación de rubros específicos por estar sus cotizaciones fuera del control del proveedor.

ARTÍCULO 60.- Las personas dedicadas a la reparación de toda clase de productos deberán emplear partes y refacciones nuevas y apropiadas para el producto de que se trate, salvo que el solicitante del servicio autorice expresamente que se utilicen otras. Cuando las refacciones o partes estén sujetas a normas de cumplimiento obligatorio, el uso de refacciones o partes que no cumplan con los requisitos da al consumidor el derecho a exigir los gastos necesarios que pruebe haber efectuado y, en su caso, al pago de daños y perjuicios.

ARTÍCULO 61.- Los prestadores de servicios de mantenimiento o reparación deberán indemnizar al consumidor si por deficiencia del servicio el bien se pierde o sufre tal deterioro que resulte total o parcialmente inapropiado para el uso a que esté destinado. El derecho a la indemnización no podrá ser suprimido o limitado por pacto entre las partes.

ARTÍCULO 62.- Los prestadores de servicios tendrán obligación de expedir factura o comprobante de los trabajos efectuados, en los que deberán especificarse las partes, refacciones y materiales empleados; el precio de ellos y de la mano de obra; la garantía que en su caso se haya otorgado y los demás requisitos señalados en esta ley.

ARTÍCULO 63.- Los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero, destinadas a la adquisición de determinados bienes y servicios, sólo podrán ponerse en práctica previa notificación a la Secretaría y se cumplan los requisitos que fije el reglamento. Con excepción de lo dispuesto en la fracción III del artículo 103 de la Ley de Instituciones de Crédito

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ARTÍCULO 64.-** La prestación del servicio de tiempo compartido, independientemente del nombre o de la forma que se dé al acto jurídico correspondiente, consiste en poner a disposición de una persona o grupo de personas, el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, en una unidad variable dentro de una clase determinada, por períodos previamente convenidos, mediante el pago de alguna cantidad, sin que, en el caso de inmuebles, se transmita el dominio de estos.

**ARTÍCULO 65.-** La venta o preventa de un servicio de tiempo compartido sólo podrá iniciarse previa notificación a la Secretaría y cuando el contrato correspondiente especifique:

- I.- Nombre y domicilio del proveedor;
- II.- Lugar donde se prestará el servicio;
- III.- Determinación clara de los derechos de uso y goce de bienes que tendrán los compradores, incluyendo períodos de uso y goce;
- IV.- El costo de los gastos de mantenimiento para el primer año y la manera en que se determinarán los cambios en este costo en períodos subsecuentes;
- V.- Las opciones de intercambio con otros prestadores del servicio y si existen costos adicionales para realizar tales intercambios; y
- VI.- Descripción de las fianzas y garantías que se otorgaran en favor del consumidor.

#### **CAPÍTULO VII DE LAS OPERACIONES A CRÉDITO.**

**ARTÍCULO 66.-** En toda operación a crédito al consumidor, se deberá:

I.- Informar al consumidor previamente sobre el precio de contado del bien o servicio de que se trate, el monto y detalle de cualquier cargo si lo hubiera, el número de pagos a realizar, su periodicidad, el derecho que tiene a liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de intereses, en cuyo caso no se le podrán hacer más cargos que los de renegociación del crédito, si la hubiere. Los intereses, incluidos los moratorios, se calcularán conforme a una tasa de interés fija o variable;

II.- En caso de existir descuentos, bonificaciones o cualquier otro motivo por el cual sean diferentes los pagos a crédito y de contado, dicha diferencia deberá señalarse al consumidor. De utilizarse una tasa fija, también se informará al consumidor el monto de los intereses a pagar en cada período. De utilizarse una tasa variable, se informará al consumidor sobre la regla de ajuste de la tasa, la cual no podrá depender de decisiones unilaterales del proveedor sino de las variaciones que registre una tasa de interés representativa del costo del crédito al consumidor, la cual deberá ser fácilmente verificable por el consumidor;

III.- Expresar el precio al público del bien o servicio el cual será independiente de los intereses y cargos correspondientes; y

IV.- Respetarse el precio que se haya pactado originalmente en operaciones a plazo o con reserva de dominio salvo lo dispuesto en otras leyes o convenio en contrato.

**ARTÍCULO 67.-** En los contratos de compraventa a plazo o de prestación de servicios con pago diferido, se calcularán los intereses sobre el precio de contado menos el enganche que se hubiera pagado.

**ARTÍCULO 68.-** Únicamente se podrán capitalizar intereses cuando exista acuerdo previo de las partes, en cuyo caso el proveedor deberá proporcionar al consumidor estado de cuenta mensual. Es improcedente el cobro que contravenga lo dispuesto en este artículo.

**ARTÍCULO 69.-** Los intereses se causarán exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado, si no únicamente por períodos vencidos.

**ARTÍCULO 70.-** En los casos de compraventa a plazos de bienes muebles o inmuebles a que se refiere esta ley, si se rescinde el contrato, vendedor y comprador deben restituirse mutuamente las prestaciones que se hubieren hecho. El vendedor que hubiera entregado la cosa tendrá derecho a exigir por el uso de ella el pago de un alquiler o renta y, en su caso, una compensación por el deterioro que haya sufrido el bien.

El comprador que haya pagado parte del precio tiene derecho a recibir los intereses computados conforme a la tasa que, en su caso, se haya aplicado a su pago.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



ARTÍCULO 71.- En los casos de operaciones en que el precio deba cubrirse en exhibiciones periódicas, cuando se haya pagado más de la tercera parte del precio o del número total de los pagos convenidos y el proveedor exija la rescisión o cumplimiento del contrato por mora, el consumidor tendrá derecho a optar por la rescisión en los términos del artículo anterior o por el pago del adeudo vencido más las prestaciones que legalmente procedan. Los pagos que realice el consumidor, aún en forma extemporánea y que sean aceptados por el proveedor, liberan a aquél de las obligaciones inherentes a dichos pagos.

ARTÍCULO 72.- Cualquier cargo que se prevea hacer por motivo de la expedición de un crédito al consumidor, deberá especificarse previamente a la firma del contrato o consumación de la venta, renta u operación correspondiente, desglosándose la diferencia y conservando el consumidor el derecho a realizar la operación de contado de no convenir a sus intereses los términos del crédito.

#### CAPÍTULO VIII DE LAS OPERACIONES CON INMUEBLES.

ARTÍCULO 73.- Los actos relacionados con inmuebles sólo estarán sujetos a esta Ley cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas destinadas a casa habitación para venta al público o cuando otorguen al consumidor el derecho a usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, en los términos de los artículos 64 y 65 de la presente Ley. Asimismo, esta Ley es aplicable a los arrendamientos de inmuebles destinados a casa habitación en el Distrito Federal, en cuyo caso el arrendatario se considerará como consumidor y el arrendador como proveedor.

ARTÍCULO 74.- Los proveedores deberán efectuar la entrega física o real del bien materia de la transacción en el plazo pactado con el consumidor y de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas u ofrecidas.

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

ARTÍCULO 76.- La Procuraduría podrá promover ante la autoridad judicial, cuando vea amenazado el interés jurídico de los consumidores, el aseguramiento de los bienes a que se refiere este capítulo, en aquellas operaciones que considere de difícil o imposible cumplimiento, mientras subsista la causa de la acción.

#### CAPÍTULO VIII BIS DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LAS TRANSACCIONES EFECTUADAS A TRAVÉS DEL USO DE MEDIOS ELECTRONICOS, OPTICOS O DE CUALQUIER OTRA TECNOLOGIA

ARTÍCULO 76 bis.- Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente.

I. El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente.

II. El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a este, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos.

III. El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;

V. El consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor;

VI. El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales, y

VII. El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, y cuidará las prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

#### CAPITULO IX DE LAS GARANTÍAS.

ARTÍCULO 77.- Todo bien o servicio que se ofrezca con garantía deberá sujetarse a lo dispuesto por esta ley y a lo pactado entre proveedores y consumidores.

ARTÍCULO 78.- La póliza de garantía deberá expedirse por el proveedor por escrito, de manera clara y precisa expresando, por lo menos, su alcance, duración, condiciones, mecanismos para hacerlas efectivas, domicilio para reclamaciones y establecimientos o talleres de servicio. La póliza debe ser entregada al consumidor al momento de recibir este el bien o servicio de que se trate.

ARTÍCULO 79.- Las garantías ofrecidas no pueden ser inferiores a las que determinen las disposiciones aplicables ni prescribir condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente corresponden al consumidor.

El cumplimiento de las garantías es exigible, indistintamente, al productor y al importador del bien o servicio, así como al distribuidor, salvo en los casos en que alguno de ellos o algún tercero asuma por escrito la obligación. El cumplimiento de las garantías deberá realizarse en el domicilio en que haya sido adquirido o contratado el bien o servicio, o en el lugar o lugares que exprese la propia póliza. El proveedor deberá cubrir al consumidor los gastos razonablemente erogados para lograr el cumplimiento de la garantía en domicilio diverso al antes señalado.

ARTÍCULO 80.- Los productores deberán asegurar y responder del suministro oportuno de partes y refacciones, así como el servicio de reparación, durante el término de vigencia de la garantía y, posteriormente, durante el tiempo en que los productos sigan fabricandose, armándose o distribuyendose

Mediante normas oficiales mexicanas la Secretaría podrá disponer que determinados productos deben ser respaldados con una garantía de mayor vigencia por lo que se refiere al suministro de partes y refacciones, tomando en cuenta la durabilidad del producto.

ARTÍCULO 81.- En caso de que el producto haya sido reparado o sometido a mantenimiento y el mismo presente deficiencias imputables al autor de la reparación o del mantenimiento dentro de los treinta días naturales posteriores a la entrega del producto al consumidor, este tendrá derecho a que sea reparado o mantenido de nuevo sin costo alguno. Si el plazo de la garantía es superior a los treinta días naturales, se estará a dicho plazo.

ARTÍCULO 82.- El consumidor puede optar por pedir la rescisión o la reducción del precio, y en cualquier caso, la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa u objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para los usos a que habitualmente se destine o que disminuyan su calidad o la posibilidad de su uso. Cuando el consumidor opte por la rescisión, el proveedor tiene la obligación de reintegrar el precio pagado.

ARTÍCULO 83.- El tiempo que duren las reparaciones efectuadas al amparo de la garantía no es computable dentro del plazo de la misma. Cuando el bien haya sido reparado se iniciará la garantía respecto de las piezas repuestas y continuará con relación al resto. En el caso de reposición del bien deberá renovarse el plazo de la garantía.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 84.- Cuando el consumidor acuda a la Procuraduría para hacer valer sus derechos fuera del plazo establecido por la garantía, deberá acreditar que compareció ante el proveedor dentro del dicho plazo.

#### CAPITULO X DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN.

ARTÍCULO 85.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Todo contrato de adhesión celebrado en territorio nacional, para su validez, deberá estar escrito en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista.

ARTÍCULO 86.- La Secretaría, mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento.

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

ARTÍCULO 86 bis.- En los contratos de adhesión de prestación de servicios deben incluirse por escrito en caso de existir, los servicios adicionales, especiales o conexos que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico. Si el consumidor omitiera solicitar alguno de estos servicios, se entenderá que no podrá hacerlo, a menos que con posterioridad, exista una solicitud específica por escrito.

ARTÍCULO 86 ter.- En los contratos de adhesión de prestación de servicios, el consumidor gozará de las siguientes prerrogativas:

- I.- Adquirir o no la prestación de servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico
- II.- Contratar la prestación de los servicios adicionales, o conexos con el proveedor que elija;
- III.- Dar por terminada la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico en el momento que lo manifieste de manera expresa al proveedor, sin que ello implique que proceda la suspensión o cancelación de la prestación del servicio básico. El consumidor solo podrá hacer uso de esta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiere vencido el plazo mínimo pactado; y

IV.- Las demás prerrogativas que señalen otras leyes o reglamentos.

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubieren sido incluidas de manera expresa en el clausulado del contrato de adhesión de que se trate.

ARTÍCULO 86 quater.- Cualquier diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor y utilizado en perjuicio de los consumidores se tendrá por no puesta.

ARTÍCULO 87.- En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría esta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría la cual se tramitará en los términos antes señalados.

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

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 89.- La Procuraduría, en la tramitación del registro de modelos de contratos de adhesión, podrá requerir al proveedor la aportación de información de carácter comercial necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, siempre y cuando no se trate de información confidencial o sea parte de secretos industriales o comerciales.

ARTÍCULO 90.- No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

I.- Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;

II.- Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;

III.- Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;

IV.- Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;

V.- Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y

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

#### CAPÍTULO XI DEL INCUMPLIMIENTO.

ARTÍCULO 91.- Los pagos hechos en exceso del precio máximo determinado o, en su caso, estipulado, son recuperables por el consumidor. Si el proveedor no devuelve la cantidad cobrada en exceso dentro del término de cinco días hábiles siguientes a la reclamación además de la sanción que corresponda, estará obligado a pagar el máximo de los intereses a que se refiere este artículo. La acción para solicitar esta devolución prescribe en un año a partir de la fecha en que tuvo lugar el pago.

Los intereses se calcularán con base en el costo porcentual promedio de captación que determine el Banco de México, o cualquiera otra tasa que la sustituya oficialmente como indicador del costo de los recursos financieros.

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

I.- Cuando el contenido neto de un producto o la cantidad entregada sea menor a la indicada en el envase o empaque, considerados los límites de tolerancia permitidos por la normatividad;

II.- Si el bien no corresponde a la calidad, marca, o especificaciones y demás elementos sustanciales bajo los cuales se haya ofrecido; y

III.- Si el bien reparado no queda en estado adecuado para su uso o destino, dentro del plazo de garantía.

En los casos de aparatos, unidades y bienes que por sus características ameriten conocimientos técnicos, se estará al juicio de peritos o a la verificación en laboratorios debidamente acreditados.

ARTÍCULO 93.- La reclamación a que se refiere el artículo anterior podrá presentarse indistintamente al vendedor o al fabricante, a elección del consumidor, dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto, siempre que no se hubiese alterado por culpa del consumidor. El proveedor deberá satisfacer la reclamación en un plazo que no excederá de quince días contados a partir de dicha reclamación. El vendedor o fabricante podrá negarse a satisfacer la reclamación si ésta es extemporánea, cuando el producto haya sido usado en condiciones distintas a las recomendadas o propias de su naturaleza o destino o si ha sufrido un deterioro esencial, irreparable y grave por causas imputables al consumidor.

ARTÍCULO 94.- Las comprobaciones de calidad, especificaciones o cualquier otra característica, se efectuarán conforme a las normas oficiales mexicanas; a falta de éstas, conforme las normas, métodos o procedimientos que determinen la Secretaría o la dependencia competente del Ejecutivo Federal, previa audiencia de los interesados.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 95.- Los productos que hayan sido repuestos por los proveedores o distribuidores, deberán ser repuestos a su vez contra su entrega, por la persona de quien los adquirieron o por el fabricante, quien deberá, en su caso, cubrir el costo de su reparación o el de la devolución, salvo que la causa de la devolución sea imputable al proveedor o distribuidor.

#### CAPITULO XII DE LA VIGILANCIA Y VERIFICACION.

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

ARTÍCULO 97.- Cualquier persona tiene derecho a denunciar ante la Procuraduría las violaciones a las disposiciones de esta ley. La Procuraduría actuará de oficio o a petición de parte.

ARTÍCULO 98.- Se entiende por visita de verificación la que se practique en los lugares a que se refiere el artículo 96, según corresponda y de acuerdo con lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, debiéndose:

I.- Examinar los productos o mercancías, las condiciones en que se ofrezcan éstos o se presten los servicios y los documentos e instrumentos relacionados con la actividad de que se trate;

II.- Verificar precios, cantidades, cualidades, calidades, contenidos netos, masa drenada, tarifas e instrumentos de medición de dichos bienes o servicios en términos de esta Ley;

III.- Constatar la existencia o inexistencia de productos o mercancías, atendiendo al giro del proveedor; y

IV.- Llevar a cabo las demás acciones tendientes a verificar el cumplimiento de la ley

#### CAPITULO XIII PROCEDIMIENTOS

##### SECCIÓN PRIMERA. DISPOSICIONES COMUNES.

ARTÍCULO 99.- La Procuraduría recibirá las reclamaciones de los consumidores con base en esta ley, las cuales podrán presentarse en forma escrita, oral o por cualquier otro medio idóneo cumpliendo con los siguientes requisitos:

I.- Señalar nombre y domicilio del reclamante;

II.- Descripción del bien o servicio que se reclama y relación sucinta de los hechos; y

III.- Señalar nombre y domicilio del proveedor que se contenga en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación o, en su defecto, el que proporcione el reclamante.

La Procuraduría podrá solicitar a las autoridades federales, estatales, municipales o del Distrito Federal, que le proporcionen los datos necesarios para identificar y localizar al proveedor. Las autoridades antes señaladas deberán contestar la solicitud dentro de los quince días siguientes a la fecha de su presentación.

ARTÍCULO 100.- Las reclamaciones podrán presentarse a elección del reclamante, en el lugar en que se haya originado el hecho motivo de la reclamación; en el domicilio del reclamante o en el del proveedor.

ARTÍCULO 101.- La Procuraduría rechazará de oficio las reclamaciones notoriamente improcedentes.

ARTÍCULO 102.- Presentada la reclamación se tendrá por interrumpido el término para la prescripción de las acciones legales correspondientes, durante el tiempo que dure el procedimiento.

ARTÍCULO 103.- La Procuraduría notificará al proveedor dentro de los quince días siguientes a la fecha de recepción y registro de la reclamación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ARTÍCULO 104.-** Las notificaciones que realice la Procuraduría serán personales en los siguientes casos:

- I.- Cuando se trate de la primera notificación;
- II.- Cuando se trate del requerimiento de un acto a la parte que deba cumplirlo;
- III.- Cuando se trate de notificación de laudos arbitrales;
- IV.- Cuando se trate de resoluciones que impongan un medio de apremio o una sanción;
- V.- Cuando la Procuraduría notifique al acreedor haber recibido cantidades en consignación;
- VI.- Cuando la autoridad lo estime necesario; y
- VII.- En los demás casos que disponga la ley.

Las notificaciones personales deberán realizarse por notificador o por correo certificado con acuse de recibo del propio notificado o por cualquier otro medio fehaciente autorizado por la ley.

**ARTÍCULO 105.-** Salvo lo dispuesto en esta ley, los consumidores deberán presentar la reclamación dentro de los seis meses siguientes a cualquiera de los siguientes supuestos, el que ocurra primero:

- I.- Tratándose de enajenación de bienes o prestación de servicios.
  - a) A partir de que se expida el comprobante que ampare el precio o la contraprestación pactada;
  - b) A partir de que se pague el bien o sea exigible total o parcialmente el servicio; o
  - c) A partir de que se reciba el bien, o se preste efectivamente el servicio.
- II.- Tratándose del otorgamiento del uso o goce temporal de bienes:
  - a) A partir de que se expida el recibo a favor del que disfruta del uso o goce temporal, o
  - b) A partir de que se cumpla efectivamente la contraprestación pactada en favor del que otorga el uso o goce temporal.

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

**ARTÍCULO 106.-** Dentro de los procedimientos a que se refiere este capítulo, las partes podrán realizar la consignación ante la Procuraduría, mediante la exhibición de billetes de depósito expedidos por institución legalmente facultada para ello.

- I.- Cuando el acreedor rehúse recibir la cantidad correspondiente;
- II.- Cuando el acreedor se niegue a entregar el comprobante de pago;
- III.- Cuando exista duda sobre la procedencia del pago;
- IV.- Mientras exista incumplimiento de alguna de las obligaciones contraídas por la contraparte, en tanto se concluye el procedimiento ante la Procuraduría;
- V.- En cumplimiento de convenios o laudos, y
- VI.- Como garantía de compromisos asumidos ante la Procuraduría.

La Procuraduría realizará la notificación correspondiente y ordenará su entrega al consignatario o, en su caso, al órgano judicial competente.

**ARTÍCULO 107.-** En caso de requerirse prueba pericial, el consumidor y el proveedor podrán designar a sus respectivos peritos, quienes no tendrán obligación de presentarse a aceptar el cargo, solo la de ratificar el dictamen al momento de su presentación. En caso de discrepancia en los peritajes de las partes la Procuraduría designará un perito tercero en discordia.

**ARTÍCULO 108.-** A falta de mención expresa, los plazos establecidos en días en esta ley, se entenderán naturales. En caso de que el día en que concluya el plazo sea inhábil se entenderá que concluye el día hábil inmediato siguiente.

**ARTÍCULO 109.-** Para acreditar la personalidad en los trámites ante la Procuraduría, tratándose de personas físicas bastará carta poder firmada ante dos testigos, en el caso de personas morales se requiera poder notarial.

**ARTÍCULO 110.-** Los convenios aprobados y los laudos emitidos por la Procuraduría tienen fuerza de cosa juzgada y traen aparejada ejecución, lo que podrá promoverse ante los tribunales competentes en la vía de apremio en juicio o en juicio ejecutivo, a elección del interesado.

Los convenios aprobados y los reconocimientos de los proveedores y consumidores de obligaciones a su cargo así como los ofrecimientos para cumplirlos que consten por escrito, formulados ante la Procuraduría, y que sean aceptados por la otra parte, podrán hacerse efectivos mediante las medidas de apremio contempladas por esta Ley.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Aún cuando no medie reclamación, la Procuraduría estará facultada para aprobar los convenios propuestos por el consumidor y el proveedor, previa ratificación.

#### SECCIÓN SEGUNDA. PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO.

ARTICULO 111.- La Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar, por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor.

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

ARTICULO 112.- En caso de que el proveedor no se presente a la audiencia o no rinda informe relacionado con los hechos, se le impondrá medida de apremio y se citará a una segunda audiencia, en un plazo no mayor de 10 días, en caso de no asistir a esta se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el reclamante.

En caso de que el reclamante no acuda a la audiencia de conciliación y no se presente dentro de los siguientes 10 días justificación fehaciente de su inasistencia, se tendrá por desistido de la reclamación y no podrá presentar otra ante la Procuraduría por los mismos hechos.

ARTICULO 113.- El conciliador expondrá a las partes un resumen de la reclamación y del informe presentado, señalando los elementos comunes y los puntos de controversia, y las exhortará para llegar a un arreglo. Sin prejuzgar sobre el conflicto planteado, les presentará una o varias opciones de solución.

ARTICULO 114.- El conciliador podrá en todo momento requerir a las partes los elementos de convicción que estime necesarios para la conciliación, así como para el ejercicio de las atribuciones que a la Procuraduría le confiere la ley. Las partes podrán aportar las pruebas que estimen necesarias para acreditar los elementos de reclamación y del informe.

El conciliador podrá suspender cuando lo estime pertinente o a instancias de ambas partes, la audiencia de conciliación hasta en dos ocasiones.

En caso de que se suspenda la audiencia, el conciliador señalará día y hora para su reanudación, dentro de los quince días siguientes.

De toda audiencia se levantará el acta respectiva

ARTICULO 115.- Los acuerdos de trámite que emita el conciliador no admitirán recurso alguno.

Los convenios celebrados por las partes serán aprobados por la Procuraduría cuando no vayan en contra de la ley, y el acuerdo que los apruebe no admitirá recurso alguno.

ARTICULO 116.- En caso de no haber conciliación, el conciliador exhortará a las partes para que designen como árbitro a la Procuraduría, o a algún árbitro oficialmente reconocido o designado por las partes para solucionar el conflicto.

En caso de no aceptarse el arbitraje se dejarán a salvo los derechos de ambas partes.

#### SECCIÓN TERCERA PROCEDIMIENTO ARBITRAL.

ARTICULO 117.- La Procuraduría podrá actuar como árbitro cuando los interesados así la designen y sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previos.

ARTICULO 118.- La designación de árbitro se hará constar mediante acta ante la Procuraduría, en la que se señalarán claramente los puntos esenciales de la controversia y si el arbitraje es en estricto derecho o amigable composición.

ARTICULO 119.- En la amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto del arbitraje y el árbitro tendrá libertad para resolver en conciencia y a buena fe guardada, sin sujeción a reglas legales, pero observando las formalidades esenciales del procedimiento. El árbitro tendrá la facultad de allegarse todos los elementos que juzgue necesarios para resolver las cuestiones que se le hayan planteado. No habrá términos ni incidentes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 120.- En el juicio arbitral de estricto derecho las partes formularán compromiso en el que fijarán las del procedimiento que convencionalmente establezcan, aplicándose supletoriamente el Código de Comercio y a falta de disposición en dicho Código, el ordenamiento procesal civil local aplicable.

ARTÍCULO 121.- El laudo arbitral emitido por la Procuraduría o por el árbitro designado por las partes deberá cumplimentarse o, en su caso, iniciar su cumplimiento dentro de los quince días siguientes a la fecha de su notificación, salvo pacto en contrario.

ARTÍCULO 122.- Sin perjuicio de las funciones de arbitraje que puede legalmente ejercer la Procuraduría, la Secretaría llevara una lista de árbitros independientes, oficialmente reconocidos para actuar como tales. Dichos árbitros podrán actuar por designación de las partes o designación de la Procuraduría, a petición del proveedor y del consumidor. En lo relativo a su inscripción y actuación se regularán por lo que disponga el reglamento de la presente ley.

Las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral admitirán como único recurso el de revocación, que deberá resolverse por el árbitro designado en un plazo no mayor de 48 horas. El laudo arbitral solo estará sujeto a aclaración dentro de los dos días siguientes a la fecha de su notificación.

#### SECCION CUARTA PROCEDIMIENTO POR INFRACCIONES A LA LEY.

ARTÍCULO 123.- Para la imposición de las sanciones a que se refiere esta ley, la Procuraduría notificará al presunto infractor de los hechos motivo del procedimiento y le otorgará un término de diez días hábiles para que rinda pruebas y manifieste por escrito lo que a su derecho convenga. En caso de no rendirlas, la Procuraduría resolverá conforme a los elementos de convicción de que disponga.

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

Concluido el desahogo de las pruebas, la Procuraduría notificará al presunto infractor para que presente sus alegatos dentro de los dos días hábiles siguientes.

La Procuraduría resolverá dentro de los quince días siguientes.

ARTÍCULO 124.- La Procuraduría podrá solicitar al reclamante en los procedimientos conciliatorio o arbitral o, en su caso, al denunciante, aporten pruebas a fin de acreditar la existencia de violaciones a la ley

#### CAPITULO XIV SANCIONES

ARTÍCULO 125.- Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas por la Procuraduría.

ARTÍCULO 126.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 11, 15, 16, 18, 60 y demás disposiciones que no estén expresamente mencionadas en los artículos 127 y 128, serán sancionadas con multa por el equivalente por una y hasta ochocientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

ARTÍCULO 127.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 7º, 13, 17, 32, 33, 34, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 58, 59, 61, 62, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 78, 79, 81, 82, 86, 87, 91, 93 y 95 serán sancionadas con multa hasta por el equivalente de una a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal.

ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 8º, 10, 12, 60, 63, 65, 74, 76 bis 80, y 121 serán sancionadas con multa por el equivalente de una y hasta dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal.

En casos particularmente graves, la Procuraduría podrá sancionar con clausura del establecimiento hasta por quince días. En tratándose de alimentos básicos, sujetos a precios máximos, procederá dicha clausura previa notificación al presunto infractor, concediéndole un plazo de veinticuatro horas, para que manifieste lo que a su derecho convenga.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



ARTICULO 129 - En caso de reincidencia se podrá aplicar multa hasta por el doble de las cantidades señaladas en los artículos 126, 127 y 128; y proceder a la clausura del establecimiento hasta por treinta días, en el caso de las infracciones a que se refiere el artículo 128, e inclusive arresto administrativo hasta por treinta y seis horas.

ARTICULO 130.- Se entiende que existe reincidencia cuando el mismo infractor incurra en dos o más violaciones del mismo precepto legal durante el transcurso de un año, contado a partir del día en que se cometió la primera infracción.

ARTICULO 131.- Las sanciones por infracciones a esta ley y disposiciones derivadas de ellas, serán impuestas indistintamente con base en:

I.- Las actas levantadas por la autoridad;

II.- Los datos comprobados que aporten las denuncias de los consumidores;

III.- La publicidad o información de los proveedores y la comprobación de las infracciones;

o

IV.- Cualquier otro elemento o circunstancia que aporte elementos de convicción para aplicar la sanción.

Las resoluciones que emita la Procuraduría deberán estar debidamente fundadas y motivadas con arreglo a derecho, tomando en consideración los criterios establecidos en el presente ordenamiento.

ARTICULO 132.- Para determinar la sanción, la Procuraduría estará a lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento y deberá considerarse, conforme al siguiente orden:

I.- La condición económica del infractor;

II.- El carácter intencional de la infracción;

III.- Si se trata de reincidencia;

IV.- La gravedad de la infracción; y

V.- El perjuicio causado al consumidor o a la sociedad en general.

ARTICULO 133.- En ningún caso será sancionado el mismo hecho constitutivo de la infracción en dos o más ocasiones, ni por dos o más autoridades administrativas, excepto en el caso de reincidencia.

ARTICULO 134.- La autoridad que haya impuesto alguna de las sanciones previstas en esta ley la podrá condonar, reducir o conmutar, para lo cual apreciará discrecionalmente las circunstancias del caso y las causas que motivaron su imposición sin que la petición del interesado constituya un recurso.

## CAPÍTULO XV

### RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

ARTICULO 135.- En contra de las resoluciones de la Procuraduría dictadas con fundamento en las disposiciones de esta ley y demás derivadas de ella, se podrá interponer por escrito recurso de revisión, dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha en que surta efecto la notificación de la resolución recurrida.

ARTICULO 136.- El recurso de revisión se interpondrá ante la autoridad que emitió la resolución y será resuelto por el órgano superior jerárquico que determine el Procurador, mediante acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación.

ARTICULO 137.- Podrán ofrecerse toda clase de pruebas, excepto la confesional, siempre que tengan relación con la resolución recurrida. Al interponerse el recurso de revisión deberán ofrecerse las pruebas correspondientes y acompañarse los documentos relativos.

ARTICULO 138.- Si se ofrecen pruebas que ameriten desahogo, se concederá al interesado un plazo no menor de ocho ni mayor de treinta días para tal efecto. La autoridad podrá allegarse los elementos de convicción que considere necesarios. En lo no previsto en esta ley en materia de pruebas, se aplicará supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles.

ARTICULO 139.- Concluido el período probatorio, la autoridad resolvió dentro de los quince días siguientes.

ARTICULO 140.- El recurso de revisión será improcedente en los siguientes casos:

I.- Cuando se presente fuera de tiempo;

II.- Cuando no se acredite tenazmente la personalidad con que se actúa, y

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

III.- Cuando no esté suscrito, a menos que se firme antes del vencimiento del término para interponerlo.

ARTÍCULO 141.- La interposición del recurso de revisión suspenderá la ejecución de la resolución impugnada en cuanto al pago de multas. Respecto de cualquier otra clase de resoluciones administrativas y de sanciones que no sean multa, la suspensión solo se otorgará si concurren los siguientes requisitos:

I.- Que la solicite el recurrente;

II.- Que el recurso haya sido admitido;

III.- Que de otorgarse no implique la continuación o consumación de actos u omisiones que ocasionen infracciones a esta ley; y

IV.- Que no se ocasionen daños o perjuicios a terceros en términos de esta ley, a menos que se garanticen estos en el monto que fije la autoridad administrativa.

ARTÍCULO 142.- No procede el recurso de revisión contra laudos arbitrales.

ARTÍCULO 143.- Contra la resolución emitida para resolver algún recurso no procederá otro.

#### TRANSITORIOS

UNICO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación."

México, D.F., a 11 de abril de 2000.-, Dip. Francisco José Paoli Bolio, Presidente Sen. Dionisio Pérez Jacome, Vicepresidente en funciones.- Dip. Dip. Marta Laura Carranza Aguayo, Secretario.- Sen. Raúl Juárez Valencia, Secretario.- Rúbricas"

En cumplimiento de lo dispuesto por la Fracción I del Artículo 89 de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia expido el presente Decreto en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México distrito Federal, a los veintinueve días del mes de mayo de dos mil.- Ernesto Zedillo Ponce de León.- Rúbrica El Secretario de Gobernación, Diodoro Carrasco Altamirano.- Rúbrica

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# ESTATUTO ORGÁNICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

## CAPÍTULO I

### DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 1.- Finalidad. Este Estatuto orgánico tiene por objeto regular la adscripción y organización interna de las unidades administrativas de la Procuraduría, así como la distribución de las funciones previstas en la Ley entre dichas unidades.

ARTÍCULO 2.- Denominaciones. Para los efectos de este ordenamiento se entiende por:

I.- Ley: la Ley Federal de Protección al Consumidor;

II.- Reglamento: el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor;

III.- Estatuto orgánico: el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor;

IV.- Secretaría: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial;

V.- Procuraduría: la Procuraduría Federal del Consumidor.

VI.- Procurador: el Procurador Federal del Consumidor, y

VII.- Delegaciones: las Delegaciones de la Procuraduría

ARTÍCULO 3. Adscripción de las unidades administrativas. Para efectos de planeación, coordinación, control, seguimiento y evaluación de acciones, las unidades administrativas se adscribirán, de conformidad con el artículo 4 del Reglamento, al Procurador, a la Subprocuraduría o a la Coordinación General respectiva, de acuerdo con las fracciones siguientes:

I.- A la Subprocuraduría de Servicios al Consumidor estarán adscritas las Direcciones Generales de Quejas y Conciliación, de Arbitraje y Resoluciones y de Organización de Consumidores;

II.- A la Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia y de Análisis de Prácticas Comerciales;

III.- A la Subprocuraduría Jurídica estarán adscritas las Direcciones Generales Jurídica Consultiva y de lo Contencioso y de Recursos;

IV.- A la Coordinación General de Investigación y Divulgación estarán adscritas las Coordinaciones de Investigación, de Publicaciones, de Radio y Televisión y de Educación para el Consumo;

V.- A la Coordinación General de Administración estarán adscritas las Direcciones Generales de Programación, Organización y Presupuesto, y de Recursos Humanos y Materiales;

VI.- Las Unidades de Programas del Sector Social, de Comunicación Social, la Contraloría Interna, y la Dirección General de Coordinación de Delegaciones estarán adscritas directamente al Procurador, y

VII.- Las Delegaciones ejercerán sus funciones en forma desconcentrada y estarán adscritas directamente al Procurador, quien se auxiliará para tal fin de la Dirección General de Coordinación de Delegaciones.

ARTÍCULO 4.- Actividad programada. Todas las unidades administrativas de la Procuraduría concluirán sus actividades en forma programada y con base en los objetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo y de los programas a cargo del organismo, que determine el Ejecutivo Federal, la Secretaría o el Procurador.

## CAPÍTULO II

### PROCURADOR.

ARTÍCULO 5.- Competencia del Procurador. De acuerdo con lo dispuesto por el artículo 27 de la Ley corresponde al Procurador la representación, atención, trámite y resolución de los

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

asuntos que competen a la Procuraduría; para su distribución y el desarrollo del trabajo, se estará a lo previsto en el Reglamento y este Estatuto Orgánico.

ARTÍCULO 6.- Atribuciones. El Procurador ejercerá las siguientes atribuciones:

- I.- Establecer, dirigir y controlar las políticas de la Procuraduría.
- II.- Proponer al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría, los proyectos de leyes, reglamentos, decretos, acuerdos y demás ordenamientos jurídicos necesarios para el cumplimiento de la Ley y otras disposiciones jurídicas concernientes a relaciones de consumo.
- III.- Expedir manuales de organización, de procedimientos y de servicios al público, necesarios para el funcionamiento de la Procuraduría;
- IV.- Adscribir orgánicamente las unidades administrativas previstas en el Reglamento.
- V.- Crear las unidades que se requieran para el buen funcionamiento de la Procuraduría y determinar la competencia de dichas unidades, de acuerdo con este Estatuto Orgánico;
- VI.- Nombrar y remover al personal al servicio de la Procuraduría;
- VII.- Proponer el anteproyecto de presupuesto de la Procuraduría y autorizar el ejercicio del aprobado.
- VIII.- Establecer los criterios para la imposición de las sanciones previstas en la Ley, así como para dejarlas sin efecto, reducirlas, modificarlas o conmutarlas, a fin de preservar la equidad.
- IX.- Determinar el órgano superior jerárquico que deberá conocer y resolver los recursos de revisión que se interpongan contra las resoluciones de la Procuraduría dictadas con fundamento en las disposiciones de la Ley y demás derivadas de ella.
- X.- Expedir las condiciones generales de trabajo del personal de la Procuraduría, con la intervención que legalmente corresponda al sindicato.
- XI.- Informar al Secretario de Comercio y Fomento Industrial sobre los asuntos que sean de la competencia de la Procuraduría;

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

XIII.- Las demás que con el carácter de indelegables le otorgan otros ordenamientos jurídicos.

### CAPÍTULO III

#### DIRECCIONES GENERALES.

ARTÍCULO 7.- Dirección General de Quejas y Conciliación. Son atribuciones de esta Dirección General:

- I.- Proponer y aplicar los lineamientos que deberán observar las Delegaciones para establecer los mecanismos de orientación, consulta y asesoría jurídica a los consumidores, y proveedores respecto de sus derechos y obligaciones;
- II.- Proponer y aplicar los criterios para la recepción de reclamaciones, la celebración de audiencias y convenios conciliatorios, calificación de actas, notificación e imposición de sanciones y medidas de apremio, que realicen las Delegaciones en los procedimientos conciliatorios;
- III.- Concertar acuerdos con proveedores y sus organizaciones con el propósito de solucionar en forma expedita las reclamaciones de los consumidores.
- IV.- Elaborar, en coordinación con la Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto, manuales y guías técnicas para el desarrollo de los procedimientos que queden dentro de su competencia.
- V.- Procurar la solución de las diferencias entre los consumidores y proveedores conforme al procedimiento conciliatorio establecido en la sección segunda del capítulo XIII de la Ley.
- VI.- Proponer y aplicar los criterios para la aprobación de los convenios conciliatorios que celebren las partes y para vigilar el cumplimiento de las obligaciones contraídas en estos, y
- VII.- Proponer los lineamientos para la aplicación de los medios de apremio por incumplimiento a los convenios conciliatorios celebrados ante la Procuraduría.

ARTÍCULO 8.- Dirección General de Arbitraje y Resoluciones. Son atribuciones de esta Dirección General:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

I.- Definir y proponer los criterios para la formalización, en las Delegaciones, de los compromisos arbitrales entre consumidores y proveedores, y para la conducción de juicios arbitrales y la emisión de los laudos;

II.- Definir y proponer los lineamientos para la sustanciación y resolución en las Delegaciones de los recursos de revocación que se interpongan en contra de las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral.

III.- Definir y proponer los criterios y lineamientos para la sustanciación de los procedimientos por infracciones a la Ley que se ventilen en las Delegaciones;

IV.- Emitir los lineamientos para el uso de medios de apremio y para la imposición, notificación y ejecución de sanciones, en los procedimientos por infracciones a la Ley;

V.- Conocer y resolver los procedimientos arbitrales y por infracciones a la Ley, y

VI.- Imponer sanciones por incumplimientos a laudos arbitrales, de acuerdo con lo que establece el artículo 128 de la Ley.

**ARTICULO 9.-** Dirección General de Organización de Consumidores. Son atribuciones de esta Dirección General:

I.- Planear y formular programas nacionales y proyectos especiales de organización y capacitación de consumidores;

II.- Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores y proporcionarles capacitación y asesoría;

III.- Proponer la concertación, coordinación y colaboración de acciones con dependencias y entidades del sector público y organismos sociales y privados, para promover y apoyar la organización y capacitación de consumidores, y

IV.- Definir los criterios para la asesoría y orientación en la formación de grupos de compras en común.

**ARTICULO 10.-** Dirección General de Verificación y Vigilancia. Esta Dirección General tendrá las siguientes atribuciones:

I.- Proponer y aplicar los lineamientos para el ejercicio de las funciones de verificación y vigilancia que realicen las Delegaciones en los términos de la Ley, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el Reglamento de Distribución de Gas Licuado de Petróleo, este Estatuto y las demás disposiciones jurídicas aplicables;

II.- Proponer y aplicar las políticas y lineamientos para ejercer las tareas de verificación y vigilancia que competen a la Procuraduría conforme a las fracciones I y II del artículo 11 del Reglamento.

III - Suscribir todo tipo de resoluciones que se dicten dentro del ámbito de su competencia, en los procedimientos por infracciones a la Ley, y ordenar los trámites conducentes a su sustanciación, conforme a la propia Ley y los demás ordenamientos jurídicos que resulten aplicables.

IV.- Definir y aplicar los criterios para la imposición y notificación de sanciones que realicen las Delegaciones, de acuerdo con lo que establece la Ley, que sean resultado de las funciones de verificación y vigilancia señaladas en la fracción I de este artículo.

V.- Definir lineamientos para la correcta actuación de los verificadores de las Delegaciones durante las visitas de verificación que efectúen, así como el levantamiento y la calificación de las actas que se deriven de las visitas.

VI.- Establecer los programas de verificación regionales y por rama de actividad económica que deban llevar a cabo las Delegaciones, y definir los lineamientos para el diseño e instrumentación de los programas especiales de verificación que realicen las mismas, y

VII - Definir los criterios y lineamientos que deban aplicar las Delegaciones para evaluar el desempeño del personal que realice actividades de verificación y vigilancia.

**ARTICULO 11.-** Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales. Esta Dirección General contará con las siguientes atribuciones.

I.- Coordinar la realización de investigaciones, estudios, análisis y encuestas referentes a las prácticas comerciales, en que intervengan consumidores finales, así como las características y comportamiento regional de las mismas.

II - Dirigir los estudios que permitan analizar las condiciones que imperan en el mercado de bienes y servicios de consumo básico manteniendo un enlace directo con proveedores, cámaras y asociaciones cuya actividad implique la venta de bienes y la prestación de servicios.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

III.- Planear estudios, investigaciones y encuestas de campo relativos a la distribución, comercialización y consumo final de bienes y servicios básicos;

IV.- Proponer, con base en los estudios realizados, la orientación de los programas de verificación y vigilancia.

V.- Elaborar proyectos de excitativas que permitan evitar prácticas comerciales lesivas a los intereses del consumidor, y someterlas a la consideración de su superior jerárquico, y

VI.- Organizar y evaluar los bancos de información necesarios para el desarrollo de los estudios, investigaciones y encuestas propuestas, manteniendo actualizada la estadística correspondiente a verificación, precios, servicios y otras acciones relacionadas con los estudios. Las atribuciones de la Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales deberán ser ejercidas en relación con la competencia de la Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia.

ARTÍCULO 12.- Dirección General Jurídica Consultiva. Son atribuciones de esta Dirección General:

I.- Atender y resolver las consultas jurídicas que le presenten las Delegaciones y demás unidades administrativas de la Procuraduría y aquellas que, sobre los asuntos de la competencia de esta, le sean planteadas por terceros;

II.- Formular y revisar los proyectos de iniciativas de leyes y de reglamentos, decretos, acuerdos, condiciones generales de trabajo y demás ordenamientos jurídicos relacionados con las actividades de la Procuraduría;

III.- Proponer criterios normativos a las unidades administrativas de la Procuraduría, con base en los emitidos por las autoridades judiciales y administrativas competentes;

IV.- Establecer los criterios jurídicos a que deben sujetarse los convenios y contratos en que sea parte la Procuraduría y, en su caso, formularlos o dictaminar los que elaboren las demás unidades de la institución;

V.- Establecer los criterios técnicos y lineamientos para acreditar la personalidad o legitimación de las partes, en los procedimientos que se desarrollan ante la institución, y determinar los requisitos jurídicos que deben satisfacer los formatos, actas y demás documentos de uso habitual en la Procuraduría, y

VI.- Analizar y, en su caso, aprobar los proyectos de contratos de adhesión que presenten los proveedores, e inscribirlos en el Registro Público de Contratos de Adhesión.

ARTÍCULO 13.- Dirección General de lo Contencioso y de Recursos. Son atribuciones de esta Dirección General:

I.- Representar legalmente a la Procuraduría y al Procurador en todos aquellos litigios en los que sean parte en ejercicio de sus atribuciones;

II.- Intervenir en los procedimientos judiciales, laborales y contenciosos administrativos en los que la Procuraduría sea parte;

III.- Ejercer las acciones judiciales y contenciosas que correspondan a las unidades administrativas de la Procuraduría.

IV.- Denunciar o formular querrela ante el Ministerio Público de los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas y que afecten los intereses de los consumidores.

V.- Intervenir en apoyo de la Coordinación General de Administración y de la Contraloría Interna, en las controversias de carácter laboral en las que participen las unidades de la Procuraduría y servidores públicos de la misma, y establecer los lineamientos para el levantamiento de actas administrativas y las constancias de hechos referentes al personal;

VI.- Atender y sustanciar los recursos de revisión que se interpongan en contra de las resoluciones dictadas por servidores públicos de las unidades centrales de la Procuraduría en aplicación de la Ley, y elaborar los proyectos de las resoluciones que deban recaer a los recursos interpuestos;

VII.- Proponer los lineamientos y criterios conforme a los cuales deberán sustanciarse y resolverse los recursos de revisión, y

VIII.- Ejercer, ante los órganos jurisdiccionales que correspondan, acciones de grupo en representación de los consumidores, en los términos del artículo 26 de la Ley.

ARTÍCULO 14.- Dirección General de Coordinación de Delegaciones. Son atribuciones de esta Dirección General:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

I.- Establecer los criterios y lineamientos que regulen la operación interna de las Delegaciones de la Procuraduría;

II.- Supervisar, evaluar y controlar el funcionamiento interno de las Delegaciones de la Procuraduría;

III.- Coordinar a las Delegaciones en el desarrollo de programas y campañas a nivel nacional o regional.

IV.- Fijar los criterios, de acuerdo con las políticas que determine el Procurador, para que las Delegaciones concierten y coordinen acciones con otras representaciones de dependencias y entidades federales localizadas dentro de su circunscripción, con gobiernos estatales y municipales y con organismos privados y sociales;

V.- Fijar los criterios y lineamientos para unificar la información que generen las Delegaciones;

VI.- Integrar la información remitida por las Delegaciones, consolidarla y somerla a la consideración del Procurador y, en su caso, de las unidades centrales según su ambito de competencia;

VII.- Supervisar que en las Delegaciones se cumpla con los lineamientos y normatividad fijados por la Coordinación General de Administración, para la administración y el aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros destinados a las mismas;

VIII.- Asistir y apoyar a las Delegaciones en sus relaciones con las unidades centrales de la Procuraduría; y

IX.- Servir de enlace entre las unidades centrales de la Procuraduría y las Delegaciones, para la aplicación de políticas, estrategias y procedimientos que dicten las primeras para el buen funcionamiento de las Delegaciones, independientemente de la comunicación directa que puedan establecer los Subprocuradores y los Coordinadores Generales en ejercicio de las atribuciones establecidas en este Estatuto.

ARTÍCULO 15.- Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto. Son atribuciones de esta Dirección General.

I.- Establecer los criterios y lineamientos para la administración de los recursos financieros de la Procuraduría.

II.- Coordinar, integrar y difundir el anteproyecto del presupuesto anual de la Procuraduría y llevar a cabo las acciones necesarias para su aprobación, asignación y, en su caso, modificación;

III.- Integrar y consolidar la estructura programático-presupuestal de la Procuraduría, y asignar a las unidades centrales de la institución, así como a cada una de las Delegaciones, el presupuesto que les corresponda, conforme a sus atribuciones, programas de trabajo y actividades.

IV.- Efectuar el pago de las erogaciones con cargo al presupuesto aprobado, así como vigilar su ejercicio y consolidar la contabilidad de la Procuraduría;

V.- Operar el sistema de contabilidad general de la Procuraduría y emitir los estados financieros, demás informes y documentos en la materia;

VI.- Dirigir el diseño e instrumentación de los programas y acciones de modernización y simplificación administrativa de la Procuraduría, y formular los estudios tendientes a la elevación de la calidad de sus servicios, así como para la optimización de las estructuras, procedimientos y recursos;

VII.- Coordinar la elaboración y mantener actualizado el Manual General de Organización de la Procuraduría, así como dictaminar y difundir las estructuras orgánicas, registrar y difundir los manuales específicos de organización por unidad, los manuales de procedimientos, los manuales de servicios al público y las guías técnicas, y asesorar en materia de organización y de procedimientos a las unidades centrales y a las Delegaciones;

VIII.- Establecer la normatividad para el diseño y desarrollo de los sistemas informáticos que la Procuraduría requiera para realizar sus funciones, así como para la adquisición y asignación de equipo y utilización de sistemas y paquetería;

IX.- Realizar estudios técnicos y de actualización para el mejoramiento y la modernización de los sistemas y equipo de cómputo de la Procuraduría, y asesorar y orientar a las Delegaciones en su uso y aprovechamiento.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

X.- Formalizar los convenios y contratos en los que la Procuraduría sea parte, así como los demás documentos que impliquen actos de administración y que afecten su presupuesto, conforme a los lineamientos que fije el Procurador, y

XI.- Coordinar, dirigir e integrar los informes de carácter programático, presupuestal, contable, financiero y administrativo, y todos aquellos que sean requeridos por el Procurador.

ARTÍCULO 16.- Dirección General de Recursos Humanos y Materiales. Son atribuciones de esta Dirección General:

I.- Aplicar las disposiciones jurídicas y normas administrativas en materia de planeación, aprovechamiento y control de los recursos humanos y materiales de la Procuraduría;

II.- Expedir lineamientos y criterios para la administración de los recursos humanos y materiales con que cuenten las Delegaciones de la Procuraduría;

III.- Realizar las funciones de reclutamiento, selección, ingreso, movimientos, pago de remuneraciones y tramitación de baja de los servidores públicos de la Procuraduría;

IV.- Realizar la capacitación del personal de la Procuraduría, administrar el otorgamiento de prestaciones a los trabajadores y dirigir las actividades sociales, culturales y deportivas organizadas en beneficio del personal;

V.- Aplicar y vigilar el cumplimiento de las Condiciones Generales de Trabajo de la Procuraduría, y de los demás instrumentos normativos internos a través de los cuales se regulen las relaciones de la Procuraduría con sus trabajadores;

VI.- Realizar y controlar las adquisiciones de los bienes de la Procuraduría, y aplicar los sistemas de inventarios y almacenes de la institución;

VII.- Llevar a cabo la conservación y mantenimiento de los bienes muebles e inmuebles de la Procuraduría;

VIII.- Intervenir en la contratación de los diversos servicios externos necesarios para el funcionamiento y la operación de la Procuraduría y proporcionar al resto de las unidades de la institución los servicios de correspondencia y archivo;

IX.- Elaborar el Programa Interno de Protección Civil y vigilar el cumplimiento de las metas y programas establecidos de conformidad con lo dispuesto en el Programa Nacional diseñado por la Secretaría de Gobernación, y

X.- Formular y operar el Sistema Interno de Administración de Documentos, conforme a las disposiciones fijadas por el Archivo General de la Nación, dependiente de la Secretaría de Gobernación.

#### CAPÍTULO IV

#### COORDINACIONES.

ARTÍCULO 17.- Coordinación de Investigación. Son atribuciones de esta Coordinación:

I.- Diseñar, instrumentar y supervisar la realización de investigaciones, estudios y análisis de carácter técnico-científico sobre las características y cualidades de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado;

II.- Coordinar y practicar investigaciones socioeconómicas y de mercado con objeto de evaluar la oferta de bienes y servicios, así como la composición de la demanda y la conducta de los diferentes sectores de la población;

III.- Proponer y llevar a cabo investigaciones para analizar nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;

IV.- Proponer lineamientos de normalización y metrología mediante la realización de investigaciones y dictámenes de carácter técnico;

V.- Promover la participación de proveedores en la realización y financiamiento de pruebas de calidad e investigaciones específicas;

VI.- Establecer los lineamientos para que las Delegaciones realicen investigaciones sobre la calidad de los productos a nivel regional, y

VII.- Proponer mecanismos de cooperación con otras dependencias y organismos públicos, privados y sociales que realicen investigaciones sobre bienes y servicios a nivel nacional e internacional.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



ARTÍCULO 18.- Coordinación de Publicaciones. Son atribuciones de esta Coordinación:

- I.- Coordinar e instrumentar el programa de publicaciones de la Procuraduría;
- II.- Establecer los mecanismos de financiamiento de los proyectos editoriales de la institución, con objeto de producir materiales competitivos en el mercado y de utilidad para la población;
- III.- Emitir los lineamientos para la elaboración de las publicaciones en las Delegaciones;
- IV.- Coordinar la realización de proyectos editoriales específicos, en los que participen los sectores productivos del país;
- V.- Diseñar y coordinar la realización de los materiales impresos de los programas específicos que lleve a cabo la institución;
- VI.- Fijar los criterios y lineamientos de distribución y comercialización de las publicaciones de la Procuraduría. y
- VII.- Establecer convenios de intercambio de información con publicaciones especializadas en materia de consumo.

ARTÍCULO 19.- Coordinación de Radio y Televisión. Son atribuciones de esta Coordinación:

- I.- Diseñar, dirigir, organizar y supervisar y, en su caso, realizar la programación y la producción de los materiales audiovisuales de la Procuraduría, así como establecer sus formas de difusión;
- II.- Realizar análisis de contenido de la publicidad y, en su caso, remitirle al Coordinador General las consideraciones y pruebas relacionadas con posibles violaciones a la Ley;
- III.- Promover la celebración de convenios con dependencias y entidades públicas y organismos privados para la realización y difusión de programas de radio y televisión sobre relaciones de consumo;
- IV.- Coordinar la utilización de tiempos oficiales en radio y televisión y proyectar los mensajes y programas informativos y de orientación de la Procuraduría. y
- V.- Promover, en colaboración con los sectores productivos, la realización de materiales audiovisuales en los que se destaque la calidad y competitividad de los productos nacionales.

ARTÍCULO 20.- Coordinación de Educación para el Consumo. Son atribuciones de esta Coordinación:

- I.- Coordinar, realizar, evaluar y proponer los lineamientos de los proyectos de carácter educativo destinados a orientar y modificar hábitos y prácticas de consumo, y conformar una nueva cultura del consumo;
- II.- Promover convenios de intercambio y participación con los sectores público, privado y social para la realización de programas educativos;
- III.- Elaborar los materiales y contenidos a utilizarse en los programas educativos de la Procuraduría.
- IV.- Diseñar y coordinar la capacitación de los promotores que lleven a cabo los programas de educación para el consumo.
- V.- Supervisar y controlar los programas educativos de las Delegaciones;
- VI.- Promover la participación de la Procuraduría en cursos, talleres, seminarios, conferencias, entre otros, en materia de consumo;
- VII.- Proponer la realización de programas de radio y televisión, publicaciones e investigaciones específicas, conforme a las necesidades de orientación y educación de la población consumidora. y
- VIII.- Apoyar y dar seguimiento a peticiones de organismos internacionales y dependencias afines de otros países, en materia de educación para el consumo, conforme a las disposiciones jurídicas aplicables.

## CAPITULO V

### UNIDAD DE PROGRAMAS DEL SECTOR SOCIAL.

ARTÍCULO 21.- Unidad de Programas del Sector Social. Son atribuciones de esta Unidad:

- I.- Coordinar las relaciones entre la Procuraduría y las instancias y organizaciones del sector social.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

II.- Proponer al Procurador programas y actividades en materia de organización, capacitación, representación y defensa común de los intereses de agrupaciones del sector social como consumidores;

III.- Auxiliar al Procurador en sus relaciones institucionales con organizaciones del sector social.

IV.- Ordenar o realizar los estudios necesarios para conocer las opiniones de los consumidores respecto de las diversas disposiciones jurídicas que regulan la protección al consumidor y hacerlas del conocimiento del Procurador, y

V.- Las demás que le encomende el Procurador.

## CAPITULO VI

### CONTRALORIA INTERNA.

ARTÍCULO 22.- Contraloría Interna. Son atribuciones de la Contraloría Interna:

I.- Organizar, instrumentar y coordinar el Sistema Integrado de Control y Evaluación de la Procuraduría, e informar de sus resultados al Procurador, a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación y, en su caso, a los demás servidores públicos superiores de la institución;

II.- Vigilar y comprobar, mediante los programas de auditoría establecidos por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación, el cumplimiento de las disposiciones y lineamientos de control y fiscalización emitidos por las autoridades competentes, y poner a consideración del Procurador las observaciones y recomendaciones que resulten, así como, en su caso, el seguimiento para su cumplimiento;

III.- Supervisar la aplicación en las diferentes áreas de la Procuraduría, de las disposiciones jurídicas y normas en materia de administración y aprovechamiento de los recursos financieros, humanos y materiales y formular las recomendaciones procedentes;

IV.- Diseñar y aplicar conjuntamente con las unidades administrativas de la Procuraduría, los mecanismos e instrumentos de autoevaluación que deban adoptar.

V.- Evaluar el cumplimiento, por parte de las áreas de la Procuraduría, de los objetivos y metas comprendidas en los programas de trabajo y operativos de la institución y, en su caso, formular las correspondientes recomendaciones;

VI.- Recibir, investigar y atender las quejas y denuncias que se presenten en contra de servidores públicos de la Procuraduría y, en su caso, iniciar los procedimientos de fincamiento de responsabilidad administrativa, así como hacer del conocimiento de la Dirección General de lo Contencioso y de Recursos los hechos que presuntamente constituyan delitos.

VII.- Proporcionar a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación la información y reportes que deban serle entregados, de conformidad con la normatividad aplicable, y

VIII.- Las señaladas en el artículo 15 del Reglamento.

## CAPÍTULO VII

### UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL

ARTICULO 23.- Unidad de Comunicación Social. Son atribuciones de esta Unidad:

I.- Formular, proponer y ejecutar los programas de comunicación social, imagen institucional y relaciones públicas de la Procuraduría;

II.- Conducir e instrumentar, de conformidad con los lineamientos que fije el Procurador, las relaciones de la institución con los medios de comunicación social;

III.- Elaborar los boletines, materiales audiovisuales y gráficos y demás elementos informativos que requiera la opinión pública sobre los programas y acciones de la Procuraduría y darlos a conocer a los medios de comunicación;

IV.- Recopilar, conservar y analizar la información relativa a los programas y acciones de la Procuraduría que se difunda a través de los medios de comunicación;

V.- Divulgar la información referente a la Procuraduría y aquella que sea de interés para la misma entre los servidores públicos y las unidades administrativas de la institución;

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

VI.- Proponer los criterios conforme a los cuales deberán regirse las relaciones de las Delegaciones con los medios de comunicación social, y  
VII.- Las señaladas en el artículo 15 del Reglamento.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Este Estatuto orgánico entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Se abroga el Acuerdo por el que se delegan en los titulares de las Delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor las atribuciones que se indican, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 2 de mayo de 1994.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# REGLAMENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL

## CONSUMIDOR

### CAPITULO I

#### DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- Este Reglamento tiene como finalidad establecer la organización de la Procuraduría Federal del Consumidor, para el ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley Federal de Protección al Consumidor.

ARTÍCULO 2. Para los efectos de este ordenamiento se entiende por:

- I.- Ley: la Ley Federal de Protección al Consumidor;
- II.- Reglamento: el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor;
- III.- Estatuto Orgánico: el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor;
- IV.- Secretaría: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial;
- V.- Procuraduría: la Procuraduría Federal del Consumidor;
- VI.- Procurador: el Procurador Federal del Consumidor; y
- VII.- Delegaciones: las Delegaciones de la Procuraduría.

ARTÍCULO 3. La Procuraduría se organizará de manera descentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime conveniente.

ARTÍCULO 4. La Procuraduría contará con las siguientes unidades administrativas:

- I.- Oficina del Procurador;
- II.- Subprocuraduría de Servicios al Consumidor;
- III.- Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia;
- IV.- Subprocuraduría Jurídica;
- V.- Coordinación General de Investigación y Divulgación;
- VI.- Coordinación General de Administración;
- VII.- Unidad de Programas del Sector Social;
- VIII.- Contraloría Interna;
- IX.- Unidad de Comunicación Social;
- X.- Dirección General de Coordinación de Delegaciones;
- XI.- Dirección General de Quejas y Conciliación;
- XII.- Dirección General de Arbitraje y Resoluciones;
- XIII.- Dirección General de Organización de Consumidores;
- XIV.- Dirección General de Verificación y Vigilancia;
- XV.- Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales;
- XVI.- Dirección General Jurídica Consultiva;
- XVII.- Dirección General de lo Contencioso y de Recursos;
- XVIII.- Coordinación de Investigación;
- XIX.- Coordinación de Publicaciones;
- XX.- Coordinación de Radio y Televisión;
- XXI.- Coordinación de Educación para el Consumo;
- XXII.- Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto;
- XXIII.- Dirección General de Recursos Humanos y Materiales; y
- XXIV.- Delegaciones. La Procuraduría también contará con directores de área, subdirectores, jefes de departamento, sujetos de departamento, jefes de oficina, jefes de sección, jefes de mesa, conciliadores, secretarios arbitrales, dictaminadores, inspectores verificadores, ejecutores, notificadores, peritos promotores, instructores y demás servidores públicos que determine el Procurador.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ARTÍCULO 5.- La representación, atención, tramite y resolución de los asuntos que competen a la Procuraduría, corresponden al Procurador, quien para la mejor coordinación y desarrollo del trabajo podrá delegar atribuciones en servidores públicos subalternos, sin perjuicio de su ejercicio directo, de acuerdo con lo que establezca el Estatuto Organico de la institución o mediante acuerdos que se publicaran en el Diario Oficial de la Federación.

ARTÍCULO 6.- La adscripción y organización interna de las unidades administrativas de la Procuraduría, así como la distribución de las funciones previstas en la Ley entre dichas unidades que no se señalen en este Reglamento, se establezcan en el Estatuto Organico que expedirá el Procurador en los términos previstos por el artículo 27, fracción X, de la Ley.

ARTÍCULO 7.- Sin perjuicio de lo previsto por otras normas aplicables, en los casos de ausencia temporal, impedimento o excusa, los servidores públicos adscritos a la Procuraduría, serán suplidos de la siguiente manera:

I.- El Procurador será suplido por los Subprocuradores y por los Coordinadores Generales de Administración y de Investigación y Divulgación, según corresponda el asunto a su ámbito de competencia.

II.- El Subprocurador de Servicios al Consumidor será suplido por el Subprocurador Jurídico, por el Subprocurador de Verificación y Vigilancia o por el Coordinador General de Investigación y Divulgación, en ese orden.

III.- El Subprocurador de Verificación y Vigilancia será suplido por el Subprocurador de Servicios al Consumidor, por el Subprocurador Jurídico o por el Coordinador General de Investigación y Divulgación, en ese orden.

IV.- El Subprocurador Jurídico será suplido por el Subprocurador de Servicios al Consumidor, por el Subprocurador de Verificación y Vigilancia, por el Coordinador General de Investigación y Divulgación o por los Directores Generales de su adscripción, en ese orden.

V.- El Coordinador General de Investigación y Divulgación será suplido por el Subprocurador de Servicios al Consumidor, por el Subprocurador Jurídico, o por el Subprocurador de Verificación y Vigilancia, en ese orden.

VI.- El Coordinador General de Administración será suplido por los Directores Generales de su adscripción.

VII.- Los Directores Generales serán suplidos por los inmediatos inferiores jerárquicos, según la competencia de cada uno de ellos, o por quien determine el Procurador, el Subprocurador o el Coordinador General de quien dependan los primeros.

VIII.- Los Delegados serán suplidos por el Jefe de Departamento de Servicios al Consumidor, el Jefe de Departamento de Inspección, el Jefe de Departamento de Estudios Economicos y Organización de Consumidores, el encargado administrativo de la Delegación o por el servidor público que determine el Procurador o el Director General de Coordinación de Delegaciones

## CAPÍTULO II

### SUBPROCURADORES Y COORDINADORES GENERALES.

ARTÍCULO 8.- Los Subprocuradores y los Coordinadores Generales tendrán las siguientes atribuciones comunes:

I.- Planear, coordinar, controlar, dar seguimiento y evaluar las acciones de las unidades administrativas bajo su adscripción.

II.- Administrar los recursos presupuestales que para el cumplimiento de sus funciones le sean asignados, conforme a las leyes y reglamentos correspondientes.

III.- Coordinarse entre sí, para el mejor desarrollo de las atribuciones que les han sido conferidas;

IV.- Acordar con el Procurador el despacho de los asuntos encomendados a las unidades administrativas bajo su adscripción e informarle oportunamente sobre los mismos.

V.- Someter a la aprobación del Procurador los estudios y demás proyectos que elaboren las unidades administrativas a su cargo.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

VI.- Intervenir en la elaboración de proyectos de leyes, reglamentos, decretos, acuerdos y demás ordenamientos jurídicos, dentro de sus respectivos ámbitos de competencia, y en aquellos que les encomiende el Procurador;

VII.- Emitir lineamientos y criterios sobre el desempeño de las atribuciones encomendadas a las unidades administrativas de su adscripción, así como sobre las atribuciones que, estando dentro de su competencia, sean ejercidas en forma descentralizada por las Delegaciones.

VIII.- Vigilar que se cumpla estrictamente con los ordenamientos jurídicos, así como con los lineamientos y criterios que se emitan sobre los mismos, en todos los asuntos de su competencia.

IX.- Promover la coordinación y colaboración de la Procuraduría con otras dependencias y entidades del sector público y con organismos privados, para lograr los fines que establece la Ley; y celebrar convenios dentro de sus respectivos ámbitos de competencia, previo acuerdo del Procurador.

X.- Dar a conocer a las unidades bajo su adscripción, las resoluciones y acuerdos del Procurador y los que emitan en ejercicio de sus atribuciones;

XI.- Expedir copias certificadas de expedientes y documentos a cargo de las unidades administrativas bajo su adscripción; y

XII.- Las demás que les confieran otros ordenamientos jurídicos.

ARTICULO 9. Son facultades de los Subprocuradores:

I.- Conocer y analizar los hechos que puedan adecuarse a los supuestos previstos en los artículos 24, fracción XVII, y 26 de la Ley, y solicitar la intervención que corresponda a la Subprocuraduría Jurídica,

II.- Requerir de las autoridades, los proveedores y los consumidores en un plazo no mayor de quince días, la información necesaria para sustanciar los procedimientos previstos en la Ley;

III.- Proponer al Procurador los proyectos de excusativas que en los términos del artículo 24, fracción XX, de la Ley, permitan combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores, dentro del ámbito de sus respectivas competencias;

IV.- Emplear los medios de apremio e imponer las sanciones previstos en los artículos 25 y 126 a 129 de la Ley;

V.- Suscribir sus resoluciones y actuaciones fundadas y motivadamente, conforme a los lineamientos y determinaciones de la Subprocuraduría Jurídica, y

VI.- Dejar sin efecto o reducir los medios de apremio impuestos a los particulares, cuando estos acrediten, conforme a los criterios que determine el Procurador, no haber podido realizar la conducta requerida por caso fortuito o fuerza mayor.

ARTICULO 10.- Son atribuciones del Subprocurador de Servicios al Consumidor:

I.- Vigilar, coordinar y controlar los procedimientos de conciliación, arbitraje y por infracciones a la Ley, dentro de la competencia de las unidades administrativas que se le adscriban,

II.- Establecer los lineamientos y criterios para promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores y proporcionarles capacitación y asesoría.

III.- Aplicar en el ámbito de su competencia las sanciones previstas en los artículos 126 a 129 de la Ley.

IV.- Por acuerdo del Procurador, celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones, para el logro de los objetivos de la Ley;

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

VI.- Suscribir las resoluciones administrativas y los laudos arbitrales, y

VII.- Establecer los lineamientos y criterios para la aplicación de las disposiciones previstas en los artículos 99 a 124 de la Ley, dentro de la competencia de las unidades administrativas bajo su adscripción

ARTICULO 11 Son atribuciones del Subprocurador de Verificación y Vigilancia

I.- Establecer las políticas y lineamientos para ejercer las funciones de verificación y vigilancia en materia de precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados o autorizados por la Secretaría o por otras dependencias de la Administración Pública Federal conforme a las atribuciones establecidas en la Ley y demás disposiciones jurídicas aplicables.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

II.- Fijar los lineamientos para practicar las funciones de verificación y vigilancia respecto del cumplimiento de las normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivos, garantías y especificaciones industriales, conforme al procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, así como de acuerdo con lo dispuesto por la Ley, el Reglamento de Distribución de Gas Licuado de Petróleo y los demás ordenamientos jurídicos que resulten aplicables;

III.- Ordenar la verificación y vigilancia de oficio o a petición de parte, en los términos previstos en el artículo 24, fracciones XIII y XIV, 96, 97 y 98 de la Ley;

IV.- Suscribir todo tipo de resoluciones que se dicten dentro del ámbito de competencia de su Subprocuraduría, en los procedimientos por infracciones a la Ley, y ordenar los tramites conducentes a su sustanciación, conforme a la propia Ley y los demás ordenamientos jurídicos que resulten aplicables;

V.- Establecer criterios y programas generales de investigación, estudios y encuestas que lleve a cabo la Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, y

VI.- Proponer la coordinación con otras dependencias del sector público para inspeccionar precios, para así lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez, evitar duplicación de funciones.

#### ARTÍCULO 12.- Son atribuciones del Subprocurador Jurídico:

I.- Coordinar, instrumentar, vigilar y controlar los procedimientos relativos a la aprobación y registro de los contratos de adhesión previstos en la Ley;

II.- Prestar la consultoría jurídica en la Procuraduría;

III.- Presentar, para la consideración del Procurador, los proyectos de iniciativas de leyes relacionados con la actividad de la Procuraduría, así como los proyectos de reglamentos, Estatuto Orgánico y demás disposiciones jurídicas necesarias para la aplicación de la Ley;

IV.- Representar a la Procuraduría y al Procurador en toda clase de procedimientos judiciales, contencioso administrativos y laborales, derivados del ejercicio de sus atribuciones e instrumentar y rendir informes en materia de amparo;

V.- En ausencia del Procurador, suscribir informes previos y justificados, proponer y aportar pruebas, expresar alegatos e interponer recursos en los juicios de amparo en que aquél sea parte;

VI.- Ejercer, ante los tribunales competentes las acciones que competan a la Procuraduría, así como hacer valer toda clase de derechos, excepciones y defensas en cualquier procedimiento.

VII.- Coordinar el funcionamiento del Registro Público de Contratos de Adhesión.

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

IX.- Denunciar o formular quejilla ante el Ministerio Público de los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y sean del conocimiento de la Procuraduría y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas que afecten los intereses de los consumidores;

X.- Ejercer, ante los órganos jurisdiccionales que correspondan, acciones de grupo en representación de los consumidores, en los términos del artículo 26 de la Ley, y

XI.- Emitir los lineamientos y criterios conforme a los cuales deberán sustanciarse y resolverse los recursos de revisión

#### ARTÍCULO 13 Son atribuciones del Coordinador General de Investigación y Divulgación.

I.- Planear y establecer los programas de investigación, publicaciones, educación y uso de los medios de comunicación, con el propósito de informar a los consumidores sobre sus derechos, la calidad y mejores condiciones de compra de bienes y servicios; así como para orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores.

II.- Colaborar con las autoridades competentes en el establecimiento de los lineamientos de normalización y metrología, mediante la realización de investigaciones y dictámenes de carácter técnico.

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

IV.- Proponer al Procurador, previo análisis de contenido, que ordene la suspensión o corrección de la publicidad que viole las disposiciones de la Ley y aplique las sanciones correspondientes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

V.- Formular y coordinar el establecimiento de mecanismos de financiamiento de proyectos de investigación específicos, en los que participen los sectores productivos del país;

VI.- Plantear los mecanismos de coordinación y cooperación con las autoridades competentes y con grupos y empresas de radio y televisión de carácter nacional y regional, para difundir programas educativos e informativos sobre relaciones de consumo.

VII.- Dirigir y coordinar las actividades de un centro que integre los materiales audiovisuales, bibliográficos, informativos, hemerográficos, entre otros, sobre relaciones de consumo en el país y sirvan como memoria histórica de la institución;

VIII.- Establecer y mantener relaciones con organizaciones e instituciones nacionales y extranjeras de enseñanza superior y bibliotecas especializadas, para intercambiar información, libros, revistas y otros documentos sobre consumo o protección al consumidor;

IX.- Diseñar y coordinar el desarrollo de las campañas específicas de divulgación y orientación a los consumidores que la Procuraduría realiza, y

X.- Emitir lineamientos de trabajo en materia de información, investigación y educación en las relaciones de consumo para las Delegaciones

ARTICULO 14 - Son atribuciones del Coordinador General de Administración:

I.- Establecer los criterios, sistemas y procedimientos para la administración de los recursos humanos, materiales y financieros de la Procuraduría;

II.- Coordinar la formulación del programa operativo anual y del proyecto de presupuesto de la Procuraduría y vigilar su cumplimiento;

III.- Definir los lineamientos para el seguimiento y la evaluación de los programas de la Procuraduría en concordancia con el presupuesto autorizado;

IV.- Autorizar la documentación necesaria para el ejercicio y la comprobación del presupuesto de la Procuraduría, y someter a la consideración de su titular la que corresponda a las erogaciones que deban ser autorizadas por él.

V.- Representar a la Procuraduría en los convenios y contratos en que sea parte y que afecten su presupuesto;

VI.- Proponer al Procurador las medidas técnicas y administrativas para la mejor organización y funcionamiento de la institución;

VII.- Coordinar la prestación y el apoyo de los servicios informáticos y de procesamiento de datos dentro de la Procuraduría;

VIII.- Coordinar los sistemas de adquisiciones y administración de recursos materiales y de servicios generales de la institución, así como el de administración de los inmuebles que ocupe;

IX.- Coordinar las actividades del programa de protección civil para el personal y las instalaciones de la Procuraduría, y

X.- Normar el funcionamiento de las coordinaciones administrativas de las áreas de la Procuraduría, así como de las unidades administrativas de las Delegaciones.

### CAPITULO III

#### DIRECCIONES GENERALES.

ARTICULO 15 - Al frente de cada una de las Direcciones Generales habrá un Director General, quien será auxiliado para el despacho de los asuntos por el personal a que se refiere el artículo 4. último párrafo de este Reglamento. Corresponden a los Directores Generales las siguientes atribuciones comunes, dentro del ámbito de sus respectivas competencias.

I.- Planear, coordinar, controlar y evaluar las acciones derivadas de los programas a su cargo y del ejercicio de las atribuciones que les confiere este Reglamento y el Estatuto Orgánico;

II.- Administrar los recursos presupuestales que para el cumplimiento de sus funciones le sean asignados, conforme a las leyes y reglamentos correspondientes;

III.- Proponer al Procurador, Subprocurador o Coordinador General al que se encuentren adscritos, la celebración de bases de concertación, coordinación, colaboración e información con otras dependencias, entidades del sector público y organismos privados, a fin de ejercer las atribuciones que les han sido encomendadas;

IV.- Requerir a las autoridades, los proveedores y los consumidores en un plazo no mayor de quince días, la información necesaria para sustanciar los procedimientos previstos en la Ley;

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



- V.- Emitir los criterios de aplicación general en el área a su cargo;
- VI.- Formular opiniones, proyectos e informes que les sean solicitados por sus superiores jerárquicos;
- VII.- Elaborar el proyecto de programa de presupuesto, relativo a la unidad bajo su responsabilidad;
- VIII.- Coordinarse con otras unidades administrativas de la Procuraduría y del sector público para el mejor desarrollo de sus atribuciones;
- IX.- Dar a conocer los acuerdos y resoluciones de autoridades superiores y aquellos que emitan con fundamento en las atribuciones que les correspondan;
- X.- Aplicar la Ley y los demás ordenamientos jurídicos conducentes, y vigilar su cumplimiento;
- XI.- Imponer las medidas de apremio y las sanciones que procedan, en el ámbito de su competencia;
- XII.- Expedir copias certificadas de expedientes y documentos a cargo de la unidad bajo su responsabilidad;
- XIII.- Ordenar la práctica de verificaciones, notificaciones, peritajes y ejecución de sanciones y demás diligencias que el ejercicio de su función requiera;
- XIV.- Motivar, fundar y suscribir sus resoluciones y actuaciones conforme a los lineamientos y determinaciones de la Subprocuraduría Jurídica;
- XV.- Proporcionar asesoría, resolver consultas y orientar a los consumidores y a los proveedores respecto de sus derechos y obligaciones;
- XVI.- Analizar los hechos que puedan adecuarse a los supuestos previstos en el artículo 24, fracciones XVII y XX, de la Ley y hacerlos del conocimiento de la Subprocuraduría Jurídica, para los efectos legales conducentes;
- XVII.- Dejar sin efecto o reducir los medios de apremio impuestos a los particulares, cuando éstos acrediten, conforme a los criterios que determine el Procurador, no haber podido realizar la conducta requerida por caso fortuito o fuerza mayor, y
- XVIII.- Las demás que les confieran otros ordenamientos jurídicos o el Procurador.

#### CAPÍTULO IV

#### DELEGACIONES

ARTÍCULO 16.- Al frente de cada una de las Delegaciones habrá un Delegado, quien será nombrado y removido por el Procurador, y el cual será auxiliado para el despacho de los asuntos de su competencia por los servidores públicos que determine el Procurador. Las Delegaciones no tendrán limitaciones respecto a la competencia por cuantía o por territorio de los asuntos que conozcan. Son atribuciones de los Delegados:

- I.- Asesorar y orientar a los consumidores y a los proveedores en relación con sus derechos y obligaciones;
- II.- Representar individualmente o en grupo a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales, entidades u organismos públicos o privados y ante los proveedores;
- III.- Recibir y atender las reclamaciones que presenten los consumidores en contra de proveedores;
- IV.- Requerir a las autoridades, proveedores y consumidores la información necesaria para sustanciar sus procedimientos;
- V.- Sustanciar los procedimientos conciliatorios entre consumidores y proveedores;
- VI.- Aprobar los convenios conciliatorios que celebren los consumidores y los proveedores y vigilar su cumplimiento;
- VII.- Exhortar a las partes a designar a la Procuraduría como árbitro en las controversias o a algún árbitro oficialmente reconocido;
- VIII.- Sustanciar juicios arbitrales y emitir los laudos correspondientes;
- IX.- Sustanciar y resolver los procedimientos por infracciones a la Ley;
- X.- Recibir consignaciones en los casos previstos por la Ley;
- XI.- Ejercer funciones de vigilancia y verificación del cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados o autorizados por la Secretaría o por otras

dependencias de la Administración Pública Federal, de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, así como las referentes a información comercial, instructivos, garantías y especificaciones industriales, conforme al procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y con base en lo dispuesto por la Ley y el Reglamento de Distribución de Gas Licuado de Petróleo; así como la vigilancia y verificación que compete a la Procuraduría, en el ámbito de las Delegaciones, conforme a las demás disposiciones jurídicas aplicables.

XII.- Levantar, dictaminar y calificar actas de verificación;  
XIII.- Imponer, notificar y, en su caso, ejecutar sanciones;  
XIV.- Imponer y notificar los medios de apremio previstos en la Ley;  
XV.- Dejar sin efecto los medios de apremio impuestos a los particulares, cuando éstos acrediten, conforme a los criterios que determine el Procurador, no haber podido realizar la conducta requerida por caso fortuito o fuerza mayor;

XVI.- Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores;  
XVII.- Asesorar a las organizaciones de consumidores en su funcionamiento y operación;  
XVIII.- Capacitar a los grupos, comités o asociaciones de consumidores;  
XIX.- Recibir y tramitar los contratos de adhesión que le sean presentados por proveedores, notificar a los interesados las modificaciones que deban realizar al modelo de contrato presentado, así como en su caso, la inscripción del mismo en el Registro Público de Contratos de Adhesión, y vigilar su cumplimiento.

XX.- Recibir y sustanciar los recursos de revisión que presenten los particulares en contra de sus resoluciones;

XXI.- Ejercer acciones de grupo, previo acuerdo de la Subprocuraduría Jurídica, en los términos del artículo 26 de la Ley.

XXII.- Denunciar o formular querrela ante el Ministerio Público de los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas y que afecten los intereses de los consumidores.

XXIII.- Llevar a cabo estudios e investigaciones de mercado, de precios y tarifas y de relaciones de consumo, tendientes a facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

XXIV.- Informar al público sobre los resultados de los estudios e investigaciones que lleven a cabo y fomentar el desarrollo de una cultura de consumo.

XXV.- Procurar el uso de medios masivos de comunicación para difundir información sobre los derechos del consumidor y la referente a precios, tarifas, calidades y relaciones de consumo y elaborar y difundir las publicaciones de la Procuraduría, y las de la Delegación.

XXVI.- Establecer unidades de servicio, módulos y ventanillas de atención a los consumidores.

XXVII.- Coordinar y convenir acciones de protección al consumidor con instituciones y organizaciones de los sectores público, social y privado.

XXVIII.- Administrar los recursos humanos y materiales que les sean asignados para su operación regular y para el desarrollo de programas.

XXIX.- Administrar el presupuesto asignado y efectuar su afectación contable y presupuestal.

XXX.- Resguardar la documentación comprobatoria del gasto.

XXXI.- Enviar a la Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto con la periodicidad que esta determine, los informes sobre el ejercicio del presupuesto y los avances en la ejecución de sus programas, así como los estados financieros correspondientes.

XXXII.- Llevar la contabilidad de la Delegación, la cual incluirá las cuentas para registrar activos y pasivos, ingresos, costos y gastos, así como las asignaciones, compromisos y ejercicios correspondientes a los programas y partidas del presupuesto, de conformidad con la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal;

XXXIII.- Expedir copias certificadas de expedientes y documentos a cargo de la Delegación.

XXXIV.- Recibir las quejas y denuncias que se presenten en contra de servidores públicos adscritos a la Delegación y transmitirlos a Contraloría Interna, y

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

XXXV.- Informar a la Dirección General de Coordinación de Delegaciones de la Procuraduría y, en su caso, a las unidades centrales que correspondan, sobre el cumplimiento de sus atribuciones, el desempeño de sus actividades, el desarrollo de sus programas y la administración de sus recursos. Las Delegaciones ejercerán sus atribuciones de acuerdo con los lineamientos, criterios, instrucciones y acuerdos que el Procurador, los Subprocuradores, los Coordinadores Generales, la Contraloría Interna y la Dirección General de Coordinación de Delegaciones, en el ámbito de sus respectivas competencias, expidan con fundamento en la Ley, el Reglamento, el Estatuto Orgánico y los demás ordenamientos jurídicos que emanen de aquella.

ARTICULO 17.- El Delegado será el responsable del ejercicio de las atribuciones señaladas en el artículo previo. Con independencia de lo anterior, las atribuciones podrán ser ejercidas por los siguientes servidores públicos:

I.- Al Jefe de Departamento de Servicios al Consumidor competará el ejercicio de las atribuciones indicadas en las fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XIII, XIV, XIX y XXXIII;

II.- Al Jefe de Departamento de Verificación corresponderá el ejercicio de las atribuciones mencionadas en las fracciones IV, XI, XII, XIII, XIV y XXXIII;

III.- Al Jefe de Departamento de Estudios Económicos y Organización de Consumidores competará el ejercicio de las atribuciones indicadas en las fracciones XVI, XVII, XVIII, XXIII, XXIV, XXV y XXVI, y

IV.- Al responsable o encargado administrativo corresponderá el ejercicio de las atribuciones previstas en las fracciones XXVIII, XXIX, XXX y XXXII.

#### TRANSITORIOS

PRIMERO - Este Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO - Se deroga el Reglamento del Capítulo Octavo de la Ley Federal de Protección al Consumidor publicado en el Diario Oficial de la Federación del 6 de febrero de 1991, en las materias reguladas expresamente por el presente Reglamento, pero se seguirá aplicando en lo no previsto por este hasta que entre en vigor el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor.

TERCERO - Los procedimientos y recursos iniciados conforme al Reglamento que se deroga, se seguirán substanciendo ante las unidades administrativas equivalentes previstas en el presente Reglamento.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## NORMAS OFICIALES MEXICANAS

NOM-001-SCFI-1993	Aparatos Electrónicos – Aparatos Electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica – Requisitos de Seguridad y Métodos de Prueba para la aprobación de tipo. Publicada en el D.O.F. el 13 de octubre de 1993.
NOM-002-SCFI-1993	Productos preenvasados – Contenido Neto – Tolerancias y Métodos de Verificación. Publicada en el D.O.F. el 13 de octubre de 1993.
NOM-003-SCFI-1993	Requisitos de Seguridad en Aparatos Electrodomésticos y similares. Publicada en el D.O.F. el 13 de octubre de 1993.
NOM-004-SCFI-1994	Información Comercial – Etiquetado de Productos Textiles, Prendas de Vestir y sus Accesorios. Publicada en el D.O.F. el 24 de enero de 1996.
NOM-005-SCFI-1994	Instrumentos de Medición Sistema para medición y despacho de gasolina y otros combustibles líquidos. Publicada en el D.O.F. el 30 de Marzo de 1998.
NOM-006-SCFI-1994	Bebidas Alcohólicas – Tequila – Especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 03 de septiembre de 1997.
NOM-007-SCFI-1997	Instrumentos de medición Taxímetros electrónicos. Publicada en el D.O.F. el 09 de septiembre de 1998.
NOM-008-SCFI-1993	Sistema General de Unidades de Medida. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-009-SCFI-1993	Instrumentos de medición – esfigmomanómetros de columna de mercurio y de elemento sensor elástico para medir la presión sanguínea del cuerpo humano. Publicada en el D.O.F. el 13 de octubre de 1993.
NOM-010-SCFI-1994	Instrumentos de medición – Instrumentos para pesar de funcionamiento no automático – Requisitos técnicos y metrológicos. Publicada en el D.O.F. el 9 de junio de 1999.
NOM-011-SCFI-1993	Instrumentos de medición - Termómetros de líquido en vidrio para usos generales. Publicada en el D.O.F. el 15 de octubre de 1993.
NOM-012-SCFI-1994	Medición de flujo de agua en conductos cerrados de sistemas hidráulicos - Medidores para agua potable fría - Especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 29 de octubre de 1997.
NOM-013-SCFI-1993	Instrumentos de medición - manómetros con elemento elástico - Especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-014-SCFI-1997	Medidores de desplazamiento positivo tipo diafragma para gas natural o L.P. Con capacidad máxima de 16 m <sup>3</sup> /h con caída de presión máxima de 200 Pa (20, 40 mm de columna de agua). Publicada en el D.O.F. el 23 de octubre de 1998.
NOM-015/1-SCFI-1994	Seguridad e información comercial en juguetes - Seguridad de juguetes y artículos escolares. Límites de biodisponibilidad de metales en artículos recubiertos con pinturas y tintas. Especificaciones químicas y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 2 de septiembre de 1994.

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

NOM-015-SCFI-1998	Información comercial - Etiquetado en juguetes. Publicada en el D.O.F. el 05 de marzo de 1999.
NOM-016-SCFI-1993	Aparatos electrónicos - Aparatos electrónicos de uso en oficina y alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica - requisitos de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-017-SCFI-1993	Información comercial - etiquetado de artículos reconstruidos, usados o de segunda mano, de segunda línea, discontinuados y fuera de especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 29 de octubre de 1993.
NOM-018/1-SCFI-1993	Recipientes portátiles para contener gas L.P. no expuestos a calentamiento por medios artificiales - fabricación. Publicada en el D.O.F. el 19 de octubre de 1993.
NOM-018/2-SCFI-1993	Recipientes portátiles para contener gas L.P. - Válvulas. Publicada en el D.O.F. el 20 de octubre de 1993.
NOM-018/3-SCFI-1993	Distribución y consumo de gas L.P. - Recipientes portátiles y sus accesorios - part 3 - cobre y sus aleaciones - conexión integral - (cola de cochino) para uso en gas L.P. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-018/4-SCFI-1993	Distribución y consumo de gas L.P. - Recipientes portátiles y sus accesorios - part 4 - reguladores de baja presión para gases licuados de petróleo. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-019-SCFI-1994	Seguridad en equipo de procesamientos de datos. Publicada en el D.O.F. el 11 de diciembre de 1998.
NOM-020-SCFI-1997	Información comercial - Etiquetado de cueros y pieles curtidas naturales y materiales sintéticos o artificiales con esa apariencia, calzado, marroquinería, así como los productos elaborados con dichos materiales. Publicada en el D.O.F. el 27 de abril de 1998.
NOM-021/1-SCFI-1993	Recipientes sujetos a presión no expuestos a calentamiento por medios artificiales para contener gas L.P. tipo no portátil - Requisitos generales. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-021/2-SCFI-1993	Recipientes sujetos a presión no expuestos a calentamiento por medios artificiales para contener gas L.P. tipo no portátil destinados a Plantas de Almacenamiento para distribución y estaciones de aprovisionamiento de vehículo. Publicada en el D.O.F. el 12 de octubre de 1993.
NOM-021/3-SCFI-1993	Recipientes sujetos a presión para contener gas L.P. para usarse como depósito de combustible en motores de combustión interna. Publicada en el D.O.F. el 19 de octubre de 1993.
NOM-021/4-SCFI-1993	Recipientes sujetos a presión no expuestos a calentamiento por medios artificiales para contener gas L.P. tipo no portátil para instalaciones de aprovisionamiento final de gas L.P. como combustible. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-021/5-SCFI-1993	Recipientes sujetos a presión no expuestos a calentamientos por medios artificiales para contener gas L.P. tipo no portátil - para transporte de gas L.P. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

NOM-022-SCFI-1993	Calentadores Instantáneos de agua para uso doméstico – Gas Natural o L.P. Publicada en el D.O.F. el 14 de octubre de 1993.
NOM-023-SCFI-1993	Aparatos domésticos para cocinar alimentos que utilizan gas natural o L.P. Especificaciones y metodos de prueba. Publicada en el D O F el 21 de enero de 1994.
NOM-024-SCFI-1998	Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos. Publicada en el D.O.F. el 15 de enero de 1999. (Cancela la NOM-024-SCFI-1994)
NOM-027-SCFI-1993	Calentadores para agua tipo almacenamiento a base de gases licuados de petróleo o gas natural. Publicada en el D.O.F. el 15 de octubre de 1993.
NOM-028-SCFI-1993	Información comercial – Criterios de información sobre promociones coleccionables y en las que interviene el azar. Publicada en el D O F. el 07 de enero de 1994.
NOM-029-SCFI-1998	Prácticas comerciales – Requisitos informativos para la comercialización del servicio de tiempo compartido. Publicada en el D O F. el 29 de Enero de 1999. (Cancela la NOM-029-SCFI-1993).
NOM-030-SCFI-1993	Información comercial – declaración de cantidad en la etiqueta – especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 29 de octubre de 1993.
NOM-033-SCFI-1994	Información comercial – Alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio. Publicada en el D.O.F. el 21 de diciembre de 1995
NOM-035-SCFI-1994	Criterios de información para los sistemas de ventas fuera de local comercial. Publicada en el D.O.F. el 01 de julio de 1994. (Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1997. Criterios de información para los sistemas de ventas a domicilio. Publicada en el D.O.F. el 02 de abril de 1998).
NOM-036-SCFI-1994	Elementos informativos para la contratación de servicios funerarios. Publicada en el D.O.F. el 13 de julio de 1994.
NOM-037-SCFI-1994	Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores. Publicada en el D.O.F. el 08 de julio de 1994.
NOM-040-SCFI-1994	Instrumentos de medición – Instrumentos rígidos – Reglas graduadas para medir longitud – Uso comercial. Publicada en el D.O.F. el 06 de noviembre de 1997.
NOM-041-SCFI-1997	Instrumentos de medición - Medidas volumetricas metálicas, cilíndricas para líquidos de 25 ml. hasta 1L. Publicada en el D O F. el 09 de diciembre de 1998. (esta norma cancela la NMX-CH-45-1983).
NOM-042-SCFI-1997	Instrumentos de medición - Medidas volumetricas metálicas con cuello graduado para líquidos con capacidades de 5L, 10 L y 20 L. Publicada en el D O F. el 09 de diciembre de 1998.
NOM-044-SCFI-1999	Instrumentos de medición - Wathhorímetros electromecánicos - Definiciones, características y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 13 de septiembre de 1999.
En espera de que la DGN de a conocer la aprobación de los laboratorios acreditados	

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

NOM-046-SCFI-1999	Instrumentos de medición – Cintas métricas de acero y flexómetros. Publicada en el D.O.F. el 24 de agosto de 1999.
NOM-048-SCFI-1997 En espera de que la DGN de a conocer el acreditamiento del organismo de evaluación	Instrumentos de medición - Relojes registradores de tiempo - Alimentados con diferentes fuentes de energía. Publicada en el D.O.F. el 30 de noviembre de 1998.
NOM-050-SCFI-1994	Información comercial – Disposiciones generales para productos. Publicada en el D.O.F. el 24 de enero de 1996.
NOM-051-SCFI-1994	Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Publicada en el D.O.F. el 24 de enero de 1996.
NOM-053-SCFI-1994 En espera de la publicación de Laboratorios de Prueba y Unidad de Verificación.	Elevadores eléctricos de tracción para pasajeros y carga - Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 20 de febrero de 1998.
NOM-054-SCFI-1998	Utensilios domésticos - ollas de presión - Seguridad. Publicada en el D.O.F. el 04 de septiembre de 1998.
NOM-055-SCFI-1993	Información comercial – Materiales retardantes y/o inhibidores de flama y/o ignífugos – etiquetado. Publicada en el D.O.F. el 08 de diciembre de 1994.
NOM-058-SCFI-1994	Productos eléctricos – Requisitos de seguridad para balastros para lámparas de descarga eléctrica en gas. Publicada en el D.O.F. el 06 de marzo de 1996.
NOM-063-SCFI-1994	Productos eléctricos – Conductores – Requisitos de seguridad. Publicada en el D.O.F. el 21 de octubre de 1996.
NOM-064-SCFI-1994	Aparatos eléctricos – Requisitos de seguridad en luminarios para uso en interiores y exteriores. Publicada en el D.O.F. el 30 de octubre de 1995.
NOM-067-SCFI-1994	Requisitos de información que deben satisfacer los prestadores de servicios de tintorería, lavandería, planchaduría y similares. Publicada en el D.O.F. el 20 de abril de 1995.
NOM-068-SCFI-1994	Requisitos de información en la prestación del servicio de reparación y mantenimiento de automóviles en agencias o locales establecidos. Publicada en el D.O.F. el 24 de marzo de 1995.
NOM-070-SCFI-1994 En espera del aviso de la Unidad de Verificación.	Bebidas alcohólicas – Mezcal – Especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 12 de junio de 1997.
NOM-071-SCFI-1994	Elementos normativos para la contratación de servicios de atención médica por cobro directo. Publicada en el D.O.F. el 04 de agosto de 1999.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

	1995.
NOM-073-SCFI-1994	Eficiencia energética de acondicionadores de aire tipo cuarto. Límites - Métodos de prueba y etiquetado. Publicada en el D.O.F. el 08 de septiembre de 1994
NOM-084-SCFI-1994	Información comercial - Especificaciones de información comercial y sanitaria para productos de atún y bonita preenvasados. Publicada en el D.O.F. el 22 de septiembre de 1995
NOM-085-SCFI-1994	Criterios informativos para el servicio de reparación de aparatos electromésticos. Publicada en el D.O.F. el 13 de septiembre de 1995
NOM-086-SCFI-1995	Industria hulera - Llantas para automóvil - Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 02 de septiembre de 1996.
NOM-090-SCFI-1994	Encendedores portátiles, desechables y recargables - Especificaciones de seguridad. Publicada en el D.O.F. el 08 de enero de 1996.
NOM-093-SCFI-1994	Válvulas de relevo de presión (Seguridad, seguridad - Alivio y alivio) operadas con resorte y piloto, fabricadas de acero y bronce. Publicada en el D.O.F. el 08 de diciembre de 1997.
NOM-110-SCFI-1995	Prácticas Comerciales e información en la prestación de los servicios para el embellecimiento físico. Publicada en el D.O.F. el 21 de agosto de 1996.
NOM-111-SCFI-1995	Prácticas comerciales - Elementos Informativos y requisitos para la contratación de servicios para eventos sociales. Publicada en el D.O.F. el 23 de agosto de 1996.
NOM-113-SCFI-1995	Líquido para frenos hidráulicos empleado en vehículos automotores - Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 28 de enero de 1998.
NOM-114-SCFI-1995	Gatos hidráulicos tipo botella - Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 18 de agosto de 1997.
NOM-116-SCFI-1997	Industria automotriz - Aceites lubricantes para motores a gasolina o a diesel - Información comercial. Publicada en el D.O.F. el 04 de mayo de 1998.
NOM-117-SCFI-1997	Lineamientos informativos para la venta de muebles de línea y sobre medida. Publicada en el D.O.F. el 28 de abril de 1997.
NOM-118-SCFI-1995	Industria cerillera-cenillos y fosforos - Especificaciones de seguridad. Publicada en el D.O.F. el 11 de agosto de 1997.
NOM-119-SCFI-1996 En espera de aviso que ya se cuenta con laboratorios acreditados	Industria automotriz - Vehículos automotores - Cinturones de seguridad - Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 11 de agosto de 1997. "Instrucciones de no verificar hasta la indicación de DGN.
NOM-120-SCFI-1996	Información comercial - Etiquetado de productos agrícolas - Uva de mesa. Publicada en el D.O.F. el 22 de noviembre de 1996.
NOM-121-SCFI-1996	Industria Hulera - Cámaras para llantas neumáticas de vehículos automotores y bicicletas - especificaciones de seguridad y métodos de

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



	prueba. Publicada en el D.O.F. el 11 de junio de 1997.
NOM-122-SCFI-1997	Prácticas comerciales - Requisitos de información en la compraventa y consignación de vehículos usados. Publicada en el D.O.F. el 06 de mayo de 1998.
NOM-124-SCFI-1997	Elementos informativos para la contratación del servicio de arrendamiento de vehículos. Publicada en el D.O.F. el 06 de mayo de 1998.
NOM-125-SCFI-1998	Prácticas comerciales - Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios de autotransporte de carga. Publicada en el D.O.F. el 23 de octubre de 1998.
NOM-126-SCFI-1998	Prácticas comerciales - Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios de fotográficos, de laboratorio fotográfico y de grabación en video. Publicada en el D.O.F. el 23 de octubre de 1998.
NOM-130-SCFI-1998	Requisitos de información para los servicios de remozamiento y mantenimiento de inmuebles y muebles que se encuentran en los mismos. Publicada en el D.O.F. el 02 de febrero de 1999.
NOM-131-SCFI-1998	Determinación, asignación e instalación del número de identificación vehicular - Especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 06 de julio de 1998.
NOM-132-SCFI-1998	Talavera - Especificaciones. Publicada en el D.O.F. el 25 de noviembre de 1998.
NOM-001-EDIF-1994	Que establece las especificaciones y métodos de prueba para los inodoros de uso sanitario. Publicada en el D.O.F. el 14 de marzo de 1994.
NOM-002-EDIF-1994	Que establece las especificaciones y métodos de prueba para válvulas de admisión y válvulas de descarga en tanques de inodoro. Publicada en el D.O.F. el 14 de marzo de 1994.
NOM-001-ENER-1995	Eficiencia energética de bombas verticales tipo turbina con motor externo - Límites y método de prueba. Publicada en el D.O.F. el 22 de diciembre de 1995.
NOM-002-ENER-1995	Eficiencia térmica de calderas paquete. Especificaciones y método de prueba. Publicada en el D.O.F. el 26 de diciembre de 1995.
NOM-003-ENER-1995	Eficiencia térmica de calentadores de agua para uso doméstico y comercial. Publicada en el D.O.F. el 07 de noviembre de 1995.
NOM-004-ENER-1995	Eficiencia energética de bombas centrífugas para bombeo de agua para uso doméstico en potencias de 0,187 kw. a 0,746 kw. Límites, método de prueba y etiquetado. Publicada en el D.O.F. el 22 de diciembre de 1995.
NOM-005-ENER-1996	Eficiencia energética de lavadoras de ropa electrodomésticas. Límites, método de prueba e información al público. Publicada en el D.O.F. el 11 de julio de 1996.
NOM-014-ENER-1997	Eficiencia energética de motores de corriente alterna, monofásicos, de inducción, tipo jaula de ardilla, de uso general en potencia nominal de 0,180 a 1,500 kw. Límites, método de prueba y marcado. Publicada en el D.O.F. el 17 de julio de 1998.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

NOM-015-ENER-1997	Eficiencia energética de refrigeradores y congeladores electrodomésticos. Límites, métodos de prueba y etiquetado. Publicada en el D.O.F. el 11 de julio de 1997.
NOM-016-ENER-1997	Eficiencia energética de motores de corriente alterna trifásicos, de inducción, tipo jaula de ardilla, de uso general en potencia nominal de 0.746 a 149.2 kw. Límites, método de prueba y marcado. Publicada en el D.O.F. el 17 de junio de 1998. (Aclaración a la NOM-016-ENER-1997, publicada en el D.O.F. el 27 de noviembre de 1998).
NOM-01-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje. Publicada en el D.O.F. el 21 de enero de 1999.
NOM-02-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a agencias de viajes. Publicada en el D.O.F. el 22 de enero de 1999.
NOM-03-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de alimentos y bebidas. Publicada en el D.O.F. el 01 de febrero de 1999.
NOM-04-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos. Publicada en el D.O.F. el 03 de febrero de 1999.
NOM-05-TUR-1998	Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio. Publicada en el D.O.F. el 31 de julio de 1998.
NOM-07-TUR-1996	De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios. Publicada en el D.O.F. el 08 de agosto de 1996.
NOM-010-TUR-1999	De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas. Publicada en el D.O.F. el 27 de julio de 1999.
NOM-003-SSA1-1993	Salud ambiental. Requisitos sanitarios que debe satisfacer el etiquetado de pinturas, tinta, barnices, lacas y esmaltes. Publicada en el D.O.F. el 21 de agosto de 1994.
NOM-141-SSA1-1995	Bienes y servicios. Etiquetado para productos de perfumería y belleza preenvasados. Publicada en el D.O.F. el 18 de julio de 1997.
NOM-142-SSA1-1995	Bienes y servicios. Bebidas alcohólicas. Especificaciones sanitarias. Etiquetado sanitario y comercial. Publicada en el D.O.F. el 09 de julio de 1997.
NOM-016-SCT-2-1996	Industria Hulera - Llantas para camión - Especificaciones y métodos de prueba. Publicada en el D.O.F. el 03 de noviembre de 1997.
NOM-Z-12/2-1987	Muestreo para la inspección por atributos - parte 2: métodos de muestreo, tablas y gráficas. Publicada en el D.O.F. el 28 de octubre de 1987.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## JURISPRUDENCIAS

**1.- ARRENDAMIENTO. ARTÍCULO ÚNICO DEL DECRETO DE 17 DE SEPTIEMBRE DE 1993, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL DIA 23 SIGUIENTE, QUE MODIFICÓ LOS ARTÍCULOS TRANSITORIOS DEL DECRETO DE 21 DE JULIO DE 1993, POR EL QUE SE REFORMARON EL CÓDIGO CIVIL, EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTOS CIVILES Y LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, NO VIOLA EL ARTÍCULO 13 CONSTITUCIONAL POR NO TRATARSE DE UNA LEY PRIVATIVA.-**

El artículo único del Decreto de diecisiete de septiembre de mil novecientos noventa y tres reformó los plazos para la entrada en vigor de las reformas al Código Civil, Código de Procedimientos Civiles y Ley Federal de Protección al Consumidor, así como el señalamiento de las normas que debían regir los juicios y procedimientos judiciales y administrativos en trámite, contenidos en el referido Decreto de veintuno de julio de mil novecientos noventa y tres. El artículo único del primero de los indicados decretos, en su punto segundo estableció que las disposiciones del diverso decreto de reformas a los ordenamientos citados, se aplicarían a partir del diecinueve de octubre de mil novecientos noventa y tres, únicamente cuando se trate de inmuebles que: I. No se encuentren arrendados al diecinueve de octubre de mil novecientos noventa y tres. II. Se encuentren arrendados al diecinueve de octubre del mismo año, siempre que sean para uso distinto del habitacional, o III. Su construcción sea nueva, siempre que el aviso de terminación sea posterior al diecinueve de octubre del citado año. Las anteriores disposiciones no son violatorias del principio de igualdad creando una ley privativa, porque la Suprema Corte de Justicia constantemente ha sostenido que la ley privativa se caracteriza porque pugna con el sistema de generalidad en cuanto a su observancia y porque sólo tiene efectos sobre determinadas personas y cosas, individualmente determinadas; así podría afirmarse que la ley es privativa, si la materia de que se trata desaparece después de aplicarse a un caso previsto de antemano o si menciona individualmente a las personas a las que se va a aplicar, empero, el decreto que se reclama se aplica sin consideración de especie o de personas a todos los casos que previene, además de que no comprende a un determinado número de individuos, sino a todos los que se encuentren o lleguen a encontrarse en la clasificación establecida por el decreto, o sea, que se aplica por igual a todas las personas que tengan arrendamiento de local comercial o industrial pero no sólo a algunos en particular, de ahí que, tal ordenamiento goza de las características de generalidad y abstracción.

Amparo directo en revisión 1764/94 -Automotores de México, S A de C.V -15 de mayo de 1995.- Unanimidad de ocho votos.-Ponente. Sergio Salvador Aguirre Anguiano.-Secretaria. Alejandra de Leon Gonzalez

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo II, agosto de 1995, página 68, Pleno, tesis P XL1/95.

**2.- CLAUSURA. LA ESTABLECIDA COMO SANCIÓN EN EL ARTÍCULO 128, SEGUNDO PÁRRAFO, DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, NO INFRINGE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 5o. CONSTITUCIONAL.-**

La clausura a que se refiere el artículo 128, segundo párrafo, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no es violatoria de la libertad de comercio que regula el artículo 5o. de la Constitución Federal, por el hecho de que este último precepto no la señala expresamente. Las limitaciones que el mencionado precepto constitucional establece a la libertad de comercio, se regulan en función de la sociedad y no de los que la ejercen, pues ellas tienen sustento en que no se ofendan los derechos de esa sociedad. En ese sentido, el hecho de que la norma constitucional no haga referencia a la clausura, no significa ni permite concluir que esa figura jurídica encuentre prohibida por la Constitución o sea contraria a sus principios. Ello obedece a que la Constitución consigna la posibilidad de limitar la libertad de comercio por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad pero,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

lógicamente, no determina los medios por los cuales pueda realizarse esa limitación, ya que ésta dependerá de los casos concretos por las diversas formas en que, de hecho, se puede ejercer el comercio. De tal manera, las leyes secundarias pueden establecer distintos tipos o formas de limitación, desde luego, con arreglo a los demás principios constitucionales.

Amparo en revisión 899/94.-Baby'O, S.A. de C.V.-18 de septiembre de 1995.-Unanimidad de once votos.-Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano.-Secretario: Juan Carlos Cruz Razo

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época, Tomo II, Noviembre de 1995, página 76, Pleno, tesis P. CIII/95.

**3.- CLAUSURA. LA ESTABLECIDA COMO SANCIÓN EN EL ARTÍCULO 128, INFRINGE LO PÁRRAFO, DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, NO INFRINGE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 21 CONSTITUCIONAL.-**

El artículo 128, segundo párrafo, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, faculta a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor para imponer, en casos particularmente graves, una sanción consistente en clausura del establecimiento hasta por quince días. El referido precepto no es contrario a lo dispuesto por el artículo 21 constitucional, que faculta a la autoridad administrativa a sancionar las infracciones a los reglamentos gubernativos y de policía, con multa o arresto hasta por treinta y seis horas. Lo anterior es así, porque la norma constitucional distingue entre la autoridad judicial y la administrativa, asignando a la primera de ellas la potestad de imponer las penas, y a la segunda la de sancionar las faltas a los reglamentos de policía y buen gobierno, pero no se refiere a los actos de la autoridad legislativa. Por ende, para esta última no rige la limitación impuesta por el Constituyente, para sancionar exclusivamente con arresto o multa las infracciones a las leyes.

Amparo en revisión 899/94.-Baby'O, S.A. de C.V.-18 de septiembre de 1995.-Unanimidad de once votos.-Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano.-Secretario: Juan Carlos Cruz Razo.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época, Tomo II, noviembre de 1995, página 77, Pleno, tesis P. CIV/95.

**4.- CONSUMIDOR, LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL. SU ARTÍCULO 10. NO CONTRAVIENE EL ARTÍCULO 17 CONSTITUCIONAL.-**

La circunstancia de que en el artículo 10. de la Ley Federal de Protección al Consumidor se establezca, entre otras cosas, que sus disposiciones serán aplicables cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos y estipulaciones en contrario, en modo alguno menoscaba o limita el derecho que tienen las personas a que se les administre justicia por los tribunales en los plazos y términos que fijen las leyes, de conformidad con el artículo 17 de la Constitución General de la República, puesto que el artículo 10. de la Ley Federal de Protección al Consumidor no contiene ninguna disposición en la que tienda a impedir al consumidor o al proveedor que ocurran ante los tribunales correspondientes a que se les administre justicia, cuando no ha sido posible resolver el problema en la Procuraduría del Consumidor. Por otra parte, la pretendida inconstitucionalidad de la disposición mencionada no puede depender del hecho de que ante la Procuraduría del Consumidor ya se hubiera sustanciado un procedimiento conciliatorio en torno del mismo problema planteado por el consumidor ante la autoridad judicial

Amparo en revisión 928/89.-Bursamex, S.A. de C.V.-15 de febrero de 1990.-Unanimidad de diecisiete votos Ausentes Carlos de Silva Nava, Fausta Moreno Flores, Sergio Hugo Chapital Gutiérrez y Presidente Carlos del Río Rodríguez.-Ponente: Victoria Adato Green.-Secretario: Alvaro Ovalle Alvarez.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo V, Primera Parte, enero a junio de 1990, página 18, Pleno, tesis P. XIV/90

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**5.- CONSUMIDOR, LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL. SU ARTÍCULO 58 NO INFRINGE EL ARTÍCULO 50. CONSTITUCIONAL POR EL HECHO DE PROHIBIR LA RESERVA EN EL DERECHO DE ADMISIÓN EN ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN SERVICIOS AL PÚBLICO EN GENERAL.-**

El artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (en su texto vigente en mil novecientos noventa y tres), prohíbe a los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos al público, establecer preferencias o discriminación alguna, respecto de los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, reserva del derecho de admisión y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales. La referida prohibición no viola lo dispuesto por el artículo 50, constitucional, porque la libertad de comercio que éste consigna tiene como requisitos que con su ejercicio no se ataquen los derechos de tercero ni se ofendan los derechos de la sociedad. La reserva en el derecho de admisión, sin causa justa, tratándose de establecimientos que ofrecen servicios al público en general, constituye una práctica discriminatoria, pues se selecciona, independientemente del criterio que se adopte, a las personas a quienes se prestará el servicio, lo que constituye una ofensa a los derechos de la sociedad y, por ende, su prohibición no viola la libertad de comercio.

Amparo en revisión 1006/94.-BabyO, S.A. de C.V.-18 de septiembre de 1995.-Unanidad de once votos.-Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano.-Secretario: Juan Carlos Cruz Ramos

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo II, noviembre de 1995, página 81, Pleno, tesis P. CV/95.

**6.- CONSUMIDOR, PROTECCIÓN AL. EL ARTÍCULO 59, FRACCIÓN VIII, INCISOS D) Y H), DE LA LEY DE LA MATERIA NO ES AUTOAPLICATIVO.-**

Si solo aparece demostrado en autos que la Procuraduría Federal del Consumidor procedió a recibir la queja del consumidor y a requerir al proveedor para que rindiera su informe sobre los hechos y, al propio tiempo, lo citó para la audiencia relativa, en los términos previstos por los incisos a) y b) de la fracción VIII del artículo 59 de la ley de la materia, no se está aun en aptitud de reclamar las disposiciones jurídicas contempladas en los incisos d) y h) de la fracción y artículo mencionados, puesto que para ello es menester que se actualicen las hipótesis que respectivamente prevén, las cuales se refieren a situaciones que pueden o no producirse con posterioridad a la celebración de la audiencia de conciliación. Por tanto, al no acreditarse la aplicación de tales normas, su sola expedición no afecta los intereses jurídicos de la quejosa y, por ende, debe sobreseerse en el correspondiente juicio de amparo.

Amparo en revisión 928/89.-Bursamex S.A. de C.V.-15 de febrero 1990.-Unanidad de diecisiete votos. Ausentes: Presidente Carlos del Río Rodríguez, Carlos de Silva Nava, Fausta Moreno Flores y Sergio Hugo Chapital Gutierrez.-Ponente: Victoria Adato Green.-Secretario: Alvaro Ovalle Alvarez

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo V, Primera Parte, enero a junio de 1990, página 18, Pleno, tesis P. XXXVII/90.

**7.- INSPECCIÓN Y VIGILANCIA, FACULTADES DE LAS AUTORIDADES DEL TRABAJO EN MATERIA DE. CONSTITUCIONALIDAD DE LOS ARTICULOS 523, 524, 527 Y 878 DE LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO.-**

Es verdad que en el Decreto de 31 de diciembre de 1949, que contiene la Ley de Empacadores Tipo Inspección Federal, se establecen requisitos de sanidad para el funcionamiento de dichas empresas, así como facultades de inspección a las mismas, como también es verdad que, a través de los artículos 523, 524, y 878 de la Ley Federal del Trabajo, el Congreso de la Unión otorgo

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

facultades de vigilancia a las autoridades laborales. Sin embargo, la circunstancia de que en ambas leyes (en la de empaquetadoras y en la laboral), se establezcan facultades de inspección y vigilancia, no permite estimar a los referidos artículos de la Ley Federal del Trabajo como violatorios de garantías, ya que al facultarse, en la referida ley de empaquetadoras, a las autoridades administrativas para que vigilen los procesos de industrialización y para que se observen los requisitos de sanidad, se pretendió proteger al público consumidor de alimentos, mientras que el otorgamiento de facultades de inspección a las autoridades de trabajo, en la ley de su materia, busca la protección de los obreros que laboren en cualquier empresa, sea o no frigorífica, y el sostener que es indebido que se otorguen facultades de inspección y vigilancia a las autoridades de trabajo sería tanto como hacer nugatoria la obligación que la propia Carta Magna impone a los patrones, en su artículo 123, fracción XV, apartado A, para que observen las normas de salubridad e higiene, la adopción de medidas adecuadas para prevenir accidentes y las demás que establece el precepto de la Ley Fundamental en cita, en que encuentran su apoyo constitucional

Amparo en revisión 4113/79.-Impulsora Climax, S A.-18 de noviembre de 1980.-Unanimidad de dieciocho votos.-Ponente: Mario G. Rebolloso F.

Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volúmenes 139-144, Primera Parte, página 157, Pleno.

**8.- MULTA IMPUESTA POR LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR POR NO ASISTIR A LA AUDIENCIA DE CONCILIACIÓN. NO LE ES APLICABLE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 114, FRACCIÓN II, DE LA LEY DE AMPARO.-**

El dispositivo citado establece que el amparo se pedirá ante el Juez de Distrito "II. Contra actos que no provengan de tribunales judiciales, administrativos o del trabajo" y que "En estos casos, cuando el acto reclamado emane de un procedimiento seguido en forma de juicio, el amparo sólo podrá promoverse contra la resolución definitiva por violaciones cometidas en la misma resolución o durante el procedimiento, si por virtud de estas últimas hubiere quedado sin defensa el quejoso o privado de los derechos que la ley de la materia le concede, a no ser que el amparo sea promovido por persona extraña a la controversia." Ahora bien, si se promueve juicio de amparo contra la Ley Federal de Protección al Consumidor, con motivo de su primer acto de aplicación consistente en la multa impuesta por la Procuraduría Federal del Consumidor a la parte quejosa por no haber asistido a una audiencia de conciliación, no puede considerarse que el juicio de amparo sea improcedente con base en el artículo 73, fracción XVIII, de la Ley de Amparo en relación con el 114, fracción II, del propio ordenamiento, en virtud de que la hipótesis prevista en dicho numeral no le es aplicable, cuando la multa reclamada se impone a la peticionaria de garantías dentro de un procedimiento con dichas características, pero se impugna no en cuanto proviene de tal procedimiento ni con motivo de violaciones cometidas en el mismo o en la resolución que se dicte en él, sino como un acto definitivo y ajeno e independiente del procedimiento del que emana, como primer acto de aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que en nada depende de lo que se resuelve en el procedimiento de conciliación para su existencia y ejecución

Amparo en revisión 718/92.-Compagnie Nationale Air France.-16 de noviembre de 1992.-Unanimidad de cuatro votos.-Ponente: Mariano Azuela Gutiérrez.-Secretaria Lourdes Ferrer Mac Gregor Poisot.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XI, enero de 1993, página 16, Tercera Sala, tesis 3a. LXXXIX/92.

**9.- PRECIOS, CONTROL OFICIAL DE. DECRETO DE 24 DE SEPTIEMBRE DE 1976 (DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DE 27 DE SEPTIEMBRE DE 1976) SANCIONES INDEBIDAS.-**

El decreto de 24 de septiembre de 1976 (publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de los mismos mes y año) es reglamentario de la Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, tanto que fue expedido con el propósito de incrementar en razón de la nueva paridad de la moneda, el número de artículos y servicios sujetos a control oficial, así como para realizar un ajuste en los precios de dichos artículos, según se desprende de los artículos 1o., 4o.,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

5o. y 7o. del decreto mencionado, en el que el Ejecutivo Federal no hizo otra cosa sino ejercer las facultades que sobre aquellos aspectos le confiere la ley de la materia, puesto que se limita a señalar las mercancías y servicios que, a partir de la fecha de vigencia del decreto, quedaran sujetos a control oficial, a autorizar los aumentos en los precios de las mercancías y servicios sujetos a control y a prohibir que se aumenten sin previa autorización de la Secretaría de Industria y Comercio, los precios reales vigentes en el mercado al 15 de agosto de 1976 de determinadas mercancías. Por lo que si el aludido decreto, reglamentario de la Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, en su artículo 14 establece que las violaciones a sus disposiciones serán sancionadas por la Secretaría de Industria y Comercio (hoy Comercio), en términos del capítulo décimo segundo de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y desconoce que la propia ley que reglamenta consigna, en su artículo 13, las sanciones que podrán imponerse para el eficaz cumplimiento de las funciones que al Ejecutivo Federal encomienda, ello implica un indebido ejercicio de la facultad reglamentaria que al presidente de la República confiere el artículo 89, fracción I, de la Constitución Federal, que debe tener como único objeto la ejecución del ordenamiento legal reglamentado, desarrollan y complementan en detalle las normas en el contenidas, pero sin contravenir o desconocer sus mandatos, por ser precisamente él en el que se encuentra su medida y justificación. En estas condiciones resulta incontrovertible que el citado artículo 14 del decreto aludido lleva pues, implícito, un ejercicio indebido de la referida facultad reglamentaria, en tanto que, al consignar sanciones distintas de las establecidas en la Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, desconoce los mandatos de ésta y se aparta de la naturaleza y finalidad de dicha facultad reglamentaria.

Amparo en revisión 4111/79.-Cyanamid de México, S.A. de C.V.-12 de marzo de 1980.-Cinco votos.-Ponente: Jorge Iñárritu.

Amparo en revisión 3591/78 -Richardson Merrel, S.A. de C.V.-29 de agosto de 1979 -Cinco votos.- Ponente Carlos del Río Rodríguez

Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volúmenes 133-138, Tercera Parte, página 79, Segunda Sala

#### **10.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, ARTÍCULOS 6o., 59, 86 Y 87 DE LA LEY DEL. NO SON AUTOAPLICATIVOS.-**

Del texto de los artículos 6o., 59, 86 y 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor reformada por decreto de 17 de diciembre de 1984, se advierte que, no son autoaplicativos, ni causan perjuicio a los particulares con su sola expedición, pues no imponen obligación alguna de hacer, o dejar de hacer, como es criterio de este Tribunal Pleno expresado en la tesis de jurisprudencia número 64, publicada en la Primera Parte del Apéndice de Jurisprudencia 1917-1985, no obsta a la conclusión antes precisada el hecho de que la autoridad administrativa está obligada, por la sola vigencia de las transcritas disposiciones legales, a imponer multas considerando la cuantía prevista en el artículo 86, fracción I, de la ley, porque de ello no puede seguirse, que sea inminente que se sancione, a determinada persona, ni de esa inminencia se concluya que las reformas legales reclamadas de que se trata sean autoaplicativas, conforme con el criterio transcrito.

Amparo en revisión 5889/85 -Administración y Promoción de Negocios Inmobiliarios, S.A. de C.V.- 27 de mayo de 1986 -Unanidad de dieciocho votos.-Ponente. Carlos del Río Rodríguez.

Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volúmenes 205-216, Primera Parte, página 101, Pleno

#### **11.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, ARTÍCULOS DEL 86 AL 90 DE LA LEY FEDERAL DE. NO SON INCONSTITUCIONALES**

Como en la Ley Federal de Protección al Consumidor se establece el recurso de re-vision, por virtud del cual los afectados por las resoluciones dictadas, con apoyo en esa ley y disposiciones

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

derivadas de ella, pueden combatir los actos que estimen adversos, conforme a los artículos del 91 al 98 de la propia Ley Federal de Protección al Consumidor, así como ofrecer toda clase de pruebas, excepto la confesional, obtener la suspensión de la ejecución de la resolución impugnada por cuanto corresponde al pago de multas, garantizando su importe, no pueden estimarse inconstitucionales los artículos del 86 al 90 de la misma Ley Federal de Protección al Consumidor, toda vez que al dar oportunidad a quienes se sientan afectados para ser oídos en su defensa, ante las propias autoridades, a través del recurso de revisión, suspendiendo los efectos de los actos mediante la interposición del recurso, sin exigir mayores requisitos que los que la Ley de Amparo consigna, se cumple con la garantía de audiencia prevista en el artículo 14 constitucional, sin que el hecho de que tal medio de defensa se otorgue con posterioridad a la imposición de la multa, implique el incumplimiento a esa garantía, porque sólo después de impuesta la sanción es cuando existe la posibilidad de que los interesados la impugnen, ante las propias autoridades y no antes, porque de conformidad con lo previsto en el artículo 14 constitucional no se requiere que sea previa la audiencia, ya que de conformidad con su espíritu, es bastante que los afectados sean oídos en defensa antes de ser privados de sus propiedades, posesiones o derechos.

Amparo en revisión 8331/84 -May Can, S.A.-24 de junio de 1986.-Unanidad de veinte votos.- Ponente. Fernando Castellanos Tena.

Volúmenes 133-138, pag. 156 -Amparo en revisión 2364/79 -Embotelladora del Noroeste, S.A.-10 de junio de 1980.-Unanidad de dieciocho votos.-Ponente: María Cristina Salmoran de Tamayo.

Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volúmenes 205-216, Primera Parte, página 100, Pleno.

**12.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 123 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO ES INCONSTITUCIONAL POR FACULTAR A LA AUTORIDAD PARA ADMITIR LAS PRUEBAS DISCRECIONALMENTE, DENTRO DEL PROCEDIMIENTO QUE PREVE.-**

La facultad que confiere el artículo 123 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para que en el procedimiento que regula, la procuraduría admita las pruebas que estime pertinentes, no constituye una facultad arbitraria, sino discrecional y, por tanto, no vulnera en perjuicio de los gobernados las garantías constitucionales de audiencia, legalidad y seguridad jurídica. La facultad es discrecional porque la interpretación de dicho precepto legal, en concordancia con el artículo 138 de la propia ley, que remite al Código Federal de Procedimientos Civiles, como supletorio en esta materia, permite establecer que la admisión de probanzas no queda al arbitrio del resolutor, sino que su decisión está sujeta a las normas que regulan el sistema probatorio, así como su procedencia y congruencia con los hechos controvertidos. Por otra parte, tal facultad tampoco puede considerarse como una limitación al derecho de defensa del gobernado, ya que este podrá válidamente ofrecer las pruebas que a su interés convengan, como es ordinario en todo procedimiento administrativo o jurisdiccional, siempre que no sean contrarias a la moral o al derecho, que no sean inconducentes, no idóneas o ajenas a la cuestión debatida, consecuentemente, ha de concluirse que se respeta ese derecho de defensa en la medida en que éste, se ejerza dentro de los marcos legales.

Amparo en revisión 557/95.-Espectáculos y Diversiones Luci, S.A.-11 de marzo de 1996.-Unanidad de nueve votos.-Ausentes: Juventino V. Castro y Humberto Roman Palacios por estar desempeñando un encargo extraordinario.-Ponente: Juan Díaz Romero.-Secretario Jorge Careño Rivas.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo III, mayo de 1996, página 115, Pleno, tesis P LXIX/96.

**13.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 128, SEGUNDO PÁRRAFO, DE LA LEY FEDERAL RELATIVA ES INCONSTITUCIONAL EN CUANTO OMITI ESTABLECER LOS**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**DATOS QUE PERMITAN A LA AUTORIDAD DEFINIR LOS CASOS "PARTICULARMENTE GRAVES" PARA EFECTO DE LA IMPOSICIÓN DE LA SANCIÓN DE CLAUSURA.-**

El segundo párrafo del artículo 128, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, viola las garantías de legalidad y seguridad jurídica que prevé el artículo 16 de la Constitución General de la República, porque omite definir los elementos de juicio que permitan a la autoridad establecer "los casos particularmente graves", que deben sancionarse con clausura. Dicha disposición prevé la clausura del establecimiento hasta por un plazo de quince días, sin precisar cuales son las infracciones a la propia ley que ameritan tal sanción, como si lo hace tratándose de infracciones a las que corresponde una sanción de naturaleza económica, además, tampoco define los parámetros o lineamientos que han de servir a la autoridad aplicadora para calificar como "particularmente grave" una infracción. Cabe hacer notar que para efectos de establecer los criterios que lleven a la autoridad a establecer la sanción administrativa de clausura, no resulta aplicable el artículo 132 de la propia ley, pues este precepto únicamente permite determinar o fijar la sanción que en cada caso corresponda, entre los extremos mínimo y máximo permitidos, pero no define los "casos particularmente graves". Así, el referido artículo 128, segundo párrafo de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es violatorio de las garantías de legalidad y seguridad jurídica previstas en el invocado artículo 16 constitucional, porque deja a los particulares en estado de indefensión, al desconocer estos los motivos y razones que conducen a la autoridad sancionadora a calificar como "particularmente grave" la infracción que se les atribuya

Amparo en revisión 557/95.-Espectáculos y Diversiones Luci, S.A.-11 de marzo de 1996.- Unanimidad de nueve votos.-Ausente: Juventino V. Castro y Castro y Humberto Romero Palacios por estar desempeñando un encargo extraordinario.-Ponente: Juan Díaz Romero.-Secretario Jorge Careño Rivas

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época. Tomo III, mayo de 1996, página 115. Pleno. tesis P. LXXII/96.

**14.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 131 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA OBSERVA LAS GARANTÍAS DE LEGALIDAD Y SEGURIDAD JURÍDICA CONTENIDAS EN LOS ARTÍCULOS 14 Y 16 CONSTITUCIONALES.-**

El artículo 131 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, respeta las garantías constitucionales de legalidad y seguridad jurídica, pues en el mismo se establecen los diversos medios que permiten a la autoridad pronunciarse de manera objetiva sobre la imposición de sanciones por infracciones a la propia ley, además, la resolución sancionadora sobrevendrá como culminación del procedimiento previsto en los artículos 123 de la ley en cita y 16 de su reglamento, que señala ante que autoridad ha de substanciar, y se da oportunidad al afectado de hacerse oír y aportar las pruebas que a su interés convenga, mismas que, desde luego, deberá tomar en consideración la autoridad para emitir su resolución. Por tanto, se concluye que el referido dispositivo legal contiene las condiciones de legalidad y seguridad jurídica que permiten al gobernado una eficaz defensa dentro de una situación jurídica cierta y definida.

Amparo en revisión 557/95.-Espectáculos y Diversiones Luci, S.A.-11 de marzo de 1996.- Unanimidad de nueve votos.-Ausente: Juventino V. Castro y Castro y Humberto Romero Palacios por estar desempeñando un encargo extraordinario.-Ponente: Juan Díaz Romero.-Secretario Jorge Careño Rivas

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época. Tomo III, mayo de 1996, página 116. Pleno. tesis P. LXX/96.

**15.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 132 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA ES CONSTITUCIONAL AL RELACIONARSE CON LOS ARTÍCULOS 123 Y 131.-**

Es inexacto que el artículo 132 de la Ley Federal de Protección al Consumidor viole la garantía de legalidad por ser omiso en precisar la forma en que se han de determinar las sanciones

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

pecuniarias que deban imponerse a los infractores. Por lo contrario, analizado de manera armónica dicho precepto con los artículos 123 y 131, de la misma ley, se ve que dispone ordenadamente distintas condiciones que debe considerar la aplicadora para la determinación de la sanción, con la finalidad de individualizarla y fijarla de manera proporcionada a la infracción, ya que dentro del procedimiento administrativo instaurado al efecto, hay posibilidad de que se allegue los elementos de convicción que le permitan actualizar las hipótesis a que se contrae el mencionado precepto. Por tanto, ha de concluirse que el artículo 132 de la ley de que se trata, observa las condiciones de certeza, que otorgan seguridad jurídica a los gobernados.

Amparo en revisión 557/95.-Espectáculos y Diversiones Luci, S.A.-11 de marzo de 1996.-Unanimidad de nueve votos.-Ausentes: Juventino V. Castro y Castro y Humberto Roman Palacios por estar desempeñando un encargo extraordinario.-Ponente: Juan Díaz Romero.-Secretario: Jorge Carezo Rivas.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Epoca. Tomo III, mayo de 1996, página 117, Pleno, tesis P. LXXI/96.

#### **16.- SINFONÍAS, HORARIO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE (LEGISLACIÓN DEL ESTADO DE SONORA).-**

Los artículos 7o y 12 de la Ley número 6 del Estado de Sonora, establecen: "Artículo 7o Los individuos que obtengan el permiso de la autoridad correspondiente para ejercer la profesión de la música, podrán actuar en conjuntos musicales o individualmente, durante cualquier hora del día o de la noche, pero al ejercerla en lugares públicos, deberán dar aviso previamente a la autoridad correspondiente con objeto de que se establezca la vigilancia necesaria en bien del orden público...". "Artículo 12. Para el uso con interés de lucro de aparatos reproductores mecánicos de música, deberá recabarse previamente el permiso de la autoridad correspondiente, debiendo quedar sujeto su funcionamiento al volumen que se fije en cada lugar, el cual deberá estar comprendido entre las 6 y las 21 horas". Ahora bien, a la luz de los textos legales recién transcritos, es de concluirse la ausencia de fundamento que trata de fincar la inconstitucionalidad de la ley citada con base en un razonamiento comparativo entre las diversas disposiciones de sus artículos 7o y 12, arriba transcritos, pretendiendo demostrar que el primero de ellos prescribe un privilegio en favor de los músicos, al permitirles el ejercicio de sus actividades profesionales sin sujeción a horario alguno, frente a la limitación que, en cambio, prescribe el segundo de los preceptos de referencia para que los aparatos reproductores mecánicos de música electrónica, funcionen únicamente entre las 6 y las 21 horas, y en relación con esto, sostener que con ello, la ley reclamada que regula actividades profesionales sin sujeción a horario alguno, establece una discriminación indebida que se traduce en una restricción a la libertad de comercio sin que medie una ofensa a la sociedad, lo cual supone, a su vez, una violación en su perjuicio de la garantía consagrada por el artículo 4o de la Constitución Federal. En consecuencia, es pertinente el razonamiento dirigido a mostrar la justificación de tal diferencia, la cual se apoya en la distinta naturaleza de las actividades que realizan los músicos, al ejercer su profesión, frente a la que desarrollan los propietarios de los aparatos reproductores de música, al explotar comercialmente estos últimos. En efecto, si se toma en cuenta la naturaleza de una y de otra actividad, una en ejercicio de la libertad de trabajo y la otra en ejercicio de la libertad de comercio, debe necesariamente atenderse a la importancia diferencial de los intereses cuya protección jurídica entra en juego en uno y en otro caso. En el caso del ejercicio de la profesión de músico, debe considerarse que el propio carácter profesional, de esa actividad implica que ésta constituye la principal, si no es que la única fuente de ingresos para el músico y que además, dicha actividad normalmente suele ser requerida por el público consumidor a las horas de la noche y para ser desempeñada, también normalmente, en locales cerrados (casas particulares o centros nocturnos) y en forma esporádica, por lo que raramente se traduce esa actividad en una perturbación de la tranquilidad pública. En cambio, es cosa manifiesta, que el funcionamiento de los aparatos reproductores mecánicos de música, constituye un objeto de explotación comercial subsidiaria de personas dedicadas a otra actividad como fuente principal de ingresos, y que dichos aparatos normalmente operan, durante todo el día, en locales abiertos y fijos (restaurantes, cantinas,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

etcétera), por lo que el sonido de sus notas alcanza un radio de acción considerable y constante dentro de la zona urbana en que dichos locales se encuentran ubicados, y, además, reproduciendo como una cantinela el mismo repertorio de piezas musicales durante semanas y meses; por lo que, de permitirse su funcionamiento sin sujeción a un horario, obviamente ello se traduciría en una alteración permanente, particularmente intolerable en las horas de la noche, de la tranquilidad de las personas cuyos hogares quedan colocados dentro del ámbito de percusión de tales aparatos.

Amparo en revisión 337/64.-Ramón García y coags.-23 de febrero de 1972.-Unanimidad de diecisiete votos.-Ponente: Ramón Canedo Aldrete.

Sexta Época, Primera Parte:

Volumen XCII, pág. 39.-Amparo en revisión 7638/60.-Ángel Díaz Jirnénez.-23 de febrero de 1965.-Unanimidad de dieciocho votos.-Ponente: Ángel González de la Vega.

Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 38, Primera Parte, página 57, Pleno.

**17.- SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE GRUPOS DE CONSUMIDORES. EL REGLAMENTO CORRESPONDIENTE NO VIOLA LA CONSTITUCIÓN AL REGULAR LOS GRUPOS QUE TIENEN POR OBJETO LA ADQUISICIÓN DE INMUEBLES.-**

El artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, materia del Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores, prevé la integración de tales grupos que, con aportaciones en dinero y administradas por un tercero, se destinen a la adquisición de bienes y servicios, disponiendo como excepción, en su último párrafo, lo que señalaba con anterioridad la fracción III del artículo 103 de la Ley de Instituciones de Crédito Dicha fracción, actualmente derogada, permitía sistemas de financiamiento integrados por grupos de personas que aportarían sumas de dinero constitutivas de un fondo común que se destinaría a la adquisición, construcción, ampliación, remodelación y liberación de hipotecas de bienes inmuebles. Siempre que se integraran como personas morales y obtuvieran la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Mientras estuvo en vigor esta disposición, los grupos que tenían por objeto la adquisición de inmuebles no se regían por la Ley Federal de Protección al Consumidor y sus reglamentos, sino por la Ley de Instituciones de Crédito. Sin embargo, con motivo de la derogación de la citada fracción III, ocurrida por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el veintitres de julio de mil novecientos noventa y tres, todos los grupos, sin excepción por razón de objeto, quedaron regidos por el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en tales condiciones, el reglamento de este precepto, publicado el diecisiete de mayo de mil novecientos noventa y cuatro, rige también a los grupos que tienen por objeto la adquisición de inmuebles, actuando con apego al principio de jerarquía constitucional, cuando en su artículo 8o., dispone que los contratos respectivos deben sujetarse a la Norma Oficial Mexicana, que en la hipótesis es la denominada NOM-037-SCFI-1994

Amparo en revisión 937/97.-Autoconstrucción, S.A. de C.V.-22 de agosto de 1997.-Cinco votos.-Ponente: Juan Díaz Romero -Secretario: Jorge Careño Rivas.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VI, septiembre de 1997, página 414, Segunda Sala, tesis 2a CX/97.

**18.- MARCAS, DISTINCIÓN DE LAS, DEBE SER SUFICIENTE PARA PODER DIFERENCIAR LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A QUE SE APLIQUEN Y NO DEBEN REGISTRARSE SI SON CONFUNDIBLES CON OTRAS REGISTRADAS CON ANTELACION, PECULIARIDADES DE LAS ESTABLECIDAS EN LOS ARTICULOS 90 Y 91, FRACCIÓN XVIII, DE LA LEY DE INVENCIÓNES Y MARCAS.-**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Tratándose de cuestiones relativas a confusión de marcas, debe sostenerse que es el público consumidor quien fundamentalmente merece protección para evitar la desorientación y el error respecto a la naturaleza y origen de los distintos productos que concurren en el mercado, y obviamente, al mismo tiempo, garantizar la integridad y buena fama del signo distintivo adoptado por el comerciante, asegurando la fácil identificación de las mercaderías: en otras palabras, la marca ha de ser peculiar para poder distinguirse claramente entre las demás marcas que fluyen en el comercio o están registradas, y la protección de la ley ha de ser plena para que su poder de atracción y su capacidad distintiva no sufran mengua, esto justifica la existencia de la exigencia de que las marcas sean suficientemente distintivas entre sí, de suerte que el público consumidor no solo no confunda una con otra, sino que ni siquiera exista la posibilidad de que las confunda. Estas peculiaridades las implica la ley de la materia, cuando establece en sus artículos 90 y 91, fracción XVIII, que la denominación que constituye la marca debe ser suficientemente distintiva para poder distinguir o identificar los productos o servicios a que se aplique o trata de aplicarse, frente a los de su misma especie y clase, y que una marca no debe registrarse si es confundible con otra registrada con anterioridad.

### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

#### Septima Época

Amparo en revisión 146/81.-Laboratorios Miles de México, S.A.-7 de septiembre de 1981.-Unanimidad de votos.

Amparo en revisión 746/81.-Intercontinental Hotels Corporation.-7 de septiembre de 1981.-Unanimidad de votos.

Amparo en revisión 1829/81.-Hardy Spicer Limited.-15 de marzo de 1982.-Unanimidad de votos.-Ponente: Genaro David Góngora Pimentel.

Amparo en revisión 60/82.-Barco of California.-15 de marzo de 1982.-Unanimidad de votos.

Amparo en revisión 1459/79.-Kern Foods, Inc.-3 de mayo de 1982.-Unanimidad de votos.

Apendice 1917-1995, Tomo III, Segunda Parte, página 513, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis 697

### **19.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, RECURSO DE REVISIÓN CONTRA RESOLUCIONES DICTADAS POR LA, NO PROCEDE CONTRA ACTOS DE SU TITULAR.-**

Aunque el artículo 91 de la Ley de Protección al Consumidor no establece expresamente como requisito de procedencia del recurso ahí instituido, el que exista dentro de la Procuraduría referida una autoridad superior a la que admitió la resolución impugnada, dada la naturaleza de ese medio de defensa que es distinta al recurso de revocación, tal requisito constituye un presupuesto jurídico indispensable para su procedencia. Consecuentemente, si el Procurador Federal del Consumidor no está vinculado con ningún funcionario de mayor jerarquía, resulta claro que en contra de sus decisiones no procede la revisión, porque no hay quien la resuelva; y, de aceptarse que el mismo está facultado para conocer del recurso, se desnaturalizaría este para convertirlo en revocación, lo cual no fue la voluntad del legislador.

### SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO

#### Septima Época.

Amparo en revisión 12/87 -Pan American Airways de México, S.A. de C.V.-11 de marzo de 1987.-Unanimidad de votos.-Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Amparo en revisión 1046/87.-Vicente Olvera Calderón.-9 de septiembre de 1987.-Unanimidad de votos.-Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia.

Amparo directo 492/87.-Western Airlines Inc.-23 de septiembre de 1987.-Unanimidad de votos.-Ponente: Guillermo I Ortiz Mayagoitia.

Amparo en revisión 1312/87.-Pan American Airways, S.A. de C.V.-29 de septiembre de 1987 - Unanimidad de votos.-Ponente: María Antonieta Azuela de Ramírez.

Volúmenes 217-228, página 467. Amparo en revisión 1266/87.-Pan American Airways de Mexico, S.A. de C.V.-Unanimidad de votos.-Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia.

Apéndice 1917-1995, Tomo III, Segunda Parte, página 533, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis 720.

**20.- BEBIDAS ALCOHÓLICAS. LA PROMOCIÓN O CUALQUIERA OTRA ACTIVIDAD CUYO PROPOSITO SEA INCREMENTAR SU CONSUMO, REQUIERE DE AUTORIZACIÓN ESPECIFICA POR PARTE DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.-**

De lo dispuesto por el artículo 47 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se desprende, como regla general, que no se requiere de autorización para llevar a cabo promociones de productos, mientras que como excepción, reserva a lo que establezcan las normas oficiales mexicanas cuando se lesionen o puedan lesionarse los intereses de los consumidores, lo que resulta congruente con lo previsto por el artículo 1o de la misma legislación y coincidente con la Norma Oficial Mexicana NOM-028-SCFI-1993, que puntualiza la prevención de la salud de los consumidores en las actividades promocionales y, además, que tratándose de bebidas alcohólicas, vinculado con lo señalado por los artículos 52 y 54 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, corroboran la protección de los consumidores de esos productos. En esta tesitura, debe tenerse en cuenta que dentro de las lesiones que pueden ocasionarse a los consumidores se encuentran, entre otras, las relativas a la salud; luego, si se considera que el consumo excesivo de bebidas alcohólicas puede ocasionar daños a la salud de los individuos, se hace necesaria y justificable la reglamentación de su promoción y de las actividades que tengan como finalidad la de incrementar su consumo. Por consiguiente, es inconcuso que la promoción de bebidas alcohólicas se ubica en el caso de excepción que establece el citado artículo 47 de la invocada ley del consumidor, al tenor del cual es menester que requiera de autorización por parte de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Amparo en revisión 717/96 -Industrias Vinícolas Pedro Domecq, S.A. de C.V.-9 de agosto de 1996 -Cinco votos.-Ponente: Juan Díaz Romero.-Secretaría: Maura Angélica Sanabria Martínez.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo IV, agosto de 1996, página 262, Segunda Sala, tesis 2a LXX/96.

**21.- CONSUMIDOR, LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL. LOS REQUERIMIENTOS CON APERCIBIMIENTO DE MULTA, SON SUSCEPTIBLES DE IMPUGNARSE A TRAVÉS DEL RECURSO DE REVISIÓN PREVISTO EN EL ARTICULO 91 DE LA CITADA LEY.-**

Del texto del artículo 91 de la ley invocada, no se advierte que en dicho precepto se haga distinción alguna sobre el tipo de resoluciones que puedan ser materia del recurso de revisión ahí previsto, sino que el citado ordenamiento se refiere en general, a las resoluciones dictadas con fundamento en la Ley Federal de Protección al Consumidor, dentro de las cuales encuadran perfectamente los requerimientos con apercibimiento de multa, dado que tienen su fundamento en el artículo 66 de la mencionada ley.

CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Amparo en revisión 504/92.-Distribuidora Ovmex, S.A.-19 de marzo de 1992.-Unanimidad de votos.-Ponente: David Delgadillo Guerrero.-Secretaria: Clementina Flores Suarez.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo X, julio de 1992, pagina 349, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I 4o.A.435 A.

**22.- LEY DE VÍAS GENERALES DE COMUNICACIÓN. ARTÍCULO 3o., FRACCIONES VIII, XII Y XIII. ESAS DISPOSICIONES NO HACEN REFERENCIA EN ABSOLUTO A RELACIONES JURÍDICAS ENTRE LA PRESTADORA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE Y EL USUARIO, DE DONDE LA PROCURADURÍA FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR ES LA AUTORIDAD COMPETENTE PARA CONOCERLAS.-**

Si bien, el artículo 3o., fracciones VIII, XII y XIII, de la Ley de Vías Generales de Comunicación, faculta a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para la aprobación, revisión y modificación de las tarifas correspondientes, esas disposiciones no hacen referencia en absoluto, a relaciones jurídicas entre la prestadora del servicio de transporte y el usuario. En efecto, establece el artículo de que se trata en lo conducente: "Artículo 3o. Las vías generales de comunicación y los medios de transporte que operen en ellas quedan sujetos exclusivamente a los poderes federales. El Ejecutivo ejercerá sus facultades por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas en los siguientes casos y sin perjuicio de lo que establece la Ley de Secretarías de Estado y Departamentos Autónomos, lo de las facultades expresas que otros ordenamientos legales concedan a la de Economía Nacional VIII. Aprobación, revisión, modificación de tarifas, circulares, horarios, tablas de distancia, clasificaciones y, en general, todos los documentos relacionados con la explotación, XII. Infracciones a esta ley o a sus reglamentos, y XIII. Toda cuestión de carácter administrativo relacionado con las vías generales de comunicación y medios de transporte ...", del precepto transcrito únicamente se observa que la dependencia indicada tiene, tanto facultades para intervenir en todo lo relativo a las tarifas del servicio público de transporte, como atribuciones sancionadoras, pero estas últimas no se encuentran orientadas a la protección directa de los usuarios o prestatarios de dicho servicio, frente a los prestadores del mismo, objetivo primordial de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que esta es la que fundamentalmente contiene reglas encaminadas a equilibrar las relaciones entre los consumidores y los proveedores, dotando a aquellos de los instrumentos jurídicos necesarios para denunciar, ante un órgano perfectamente determinado, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor, las transgresiones a los preceptos que protegen su consumo, adquisiciones, bienes o utilización de servicios públicos o privados. Los artículos de la Ley de Vías Generales de Comunicación 3o., 20, 29, 55, 57, 527, 528, 529, 530 y 557, en forma alguna otorgan, como lo pretende la quejosa, atribuciones expresas a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para resolver las quejas de los usuarios del servicio público de transporte aéreo, puesto que primero, no existe norma que permita al usuario, ejercitar acción en contra de las empresas concesionarias de servicio, cuando estime que se han infringido en su perjuicio, las disposiciones reguladoras de ese servicio, y, segundo, tampoco existen preceptos que concedan facultades a la multicitada dependencia centralizada, para promover y proteger los derechos e intereses de los usuarios, desde un punto de vista jurisdiccional, puesto que no se advierte de los artículos indicados, la organización de una jurisdicción administrativa especial para que se reciban, tramiten y resuelvan las quejas de los usuarios, ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. A falta de competencia específica de la citada secretaría, para recibir, tramitar y resolver las quejas administrativas, presentadas por los usuarios que estimen infringidos, en su perjuicio, los preceptos que protegen su prestación, debe entenderse que la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor es el órgano competente de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 1o., de la Ley Federal de Protección al Consumidor, pues de lo contrario se dejaría en estado de indefensión en la fase administrativa, privándosele de esa instancia, a los usuarios del servicio público de transporte aéreo.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Amparo directo 1047/87.-Compañía Mexicana de Aviación, S.A. de C.V.-25 de agosto de 1988.- Unanimidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viazcón.-Secretaria: Margarita Yolanda Huerta Viramontes.

Amparo directo 1477/87.-Compañía Mexicana de Aviación, S.A. de C.V.-7 de diciembre de 1987 - Unanimidad de votos.-Ponente: Genaro David Góngora Pimentel.-Secretaria: María Guadalupe Saucedo Zavala.

Amparo directo 1017/87 -Compañía Mexicana de Aviación, S.A. de C.V -8 de septiembre de 1987 - Unanimidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viazcón.-Secretario: Alvaro Tovilla Leon.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo III, Segunda Parte-2, enero a junio de 1989, página 1017, Tribunales Colegiados de Circuito.

**24.- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, ARTÍCULO TERCERO. ESTE ORDENAMIENTO JURÍDICO, TIENE COMO FIN BÁSICO LA REGULACION DE LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES, TENDIENTES A EVITAR PRÁCTICAS MERCANTILES LESIVAS EN PERJUICIO DE ESTOS (RELACION CONTRACTUAL ENTRE LA EMPRESA CONCESIONARIA DEL TRANSPORTE Y EL CONSUMIDOR).**

La Ley Federal de Protección al Consumidor fundamentalmente contiene reglas encaminadas a equilibrar las relaciones entre los consumidores y los proveedores, dotando a aquellos de los instrumentos jurídicos necesarios para denunciar, ante un órgano perfectamente determinado, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor, las transgresiones a los preceptos que protegen su consumo, adquisición de bienes o utilización de servicios públicos o privados. Esta autoridad esta dotada de facultades determinadas para intervenir en esas relaciones y resolver lo conducente, que es precisamente la función de la Procuraduría Federal del Consumidor, en los términos del artículo 57 de la ley que la rige, sin que sea correcto el que entre el proveedor del servicio público de transporte aéreo y el consumidor existan relaciones administrativas, por virtud de la concesión, ya que la relación jurídica entre la concesionaria y el usuario es contractual, puesto que aun cuando las partes no convengan o negocien entre si y libremente las condiciones de la prestación del servicio, basta el acuerdo de dos o mas personas para producir o transferir obligaciones y derechos, como elemento suficiente a los efectos de configurar un contrato, según lo dispone el artículo 1793 del Código Civil para el Distrito Federal (Contratos Mercantiles, Arturo Diaz Bravo, Haría S.A. de C.V., página 13). A este tipo de relaciones jurídicas se les denomina precisamente "contratos de adhesión", y son definidos como aquellos cuyas cláusulas han sido redactadas por una autoridad o unilateralmente por las partes, sin que la contraparte, para aceptarlás, pueda discutir su contenido y se sostiene su naturaleza contractual partiendo de la definición que ofrece el artículo 1793 del Código Civil para el Distrito Federal. Así pues, en todo contrato, si bien debe existir libertad entre las partes, esta libertad sólo puede ser para celebrarlo, es decir, para producir o transferir derechos y obligaciones, o bien, para discutir su contenido o ambas cosas a la vez. De lo anterior se desprende que los principios fundamentales que rigen la libertad en el contrato son dos: 1. Libertad de contratar, que existe cuando se tiene la facultad para celebrar o no el contrato, así como para escoger a la persona con que se celebró, y 2. Libertad contractual, que se refiere a la facultad de las partes para convenir en cuanto a la forma y al contenido del contrato (Sanchez Meda Urquiza, José Ramón, De los Contratos Civiles, sexta edición, México 1982, Editorial Porrúa, S.A.) y habrá contrato cuando existan los dos principios o uno solo. En este orden de ideas, resulta irrelevante que por el hecho de que la autoridad administrativa concedente es la que establece las condiciones de la prestación del servicio público "¡amas hubo convencion entre la concesionaria y el usuario, sino única y exclusivamente la aplicación de la tarifa", toda vez que como ya se ha explicado, no es necesaria la discusión entre las partes, bastando únicamente, para que exista contrato, que cada uno de los contratantes haya querido que nazcan derechos y obligaciones, que es el caso del contrato de transporte aéreo. En consecuencia, si la Procuraduría Federal del Consumidor tiene como finalidad la de evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses de los consumidores, y si el usuario se quejó porque en su

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

perjuicio se incrementó el precio del boleto al momento de iniciarse el vuelo, es indudable que el asunto en cuestión sí está regulado por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

#### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 1477/87.-Compañía Mexicana de Aviación, S.A. de C.V.-7 de diciembre de 1987 - Unanimidad de votos -Ponente: Genaro David Góngora Pimentel -Secretaria: María Guadalupe Saucedo Zavala

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo I, Segunda Parte-2, enero a junio de 1988, pagina 794, Tribunales Colegiados de Circuito.

#### 24.- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. DEBIDA INTERPRETACIÓN DEL ARTÍCULO 97 DE LA.-

En la especie el acto reclamado se hace consistir en una resolución emitida por la autoridad responsable al resolver un recurso de revisión, caso en que el artículo 97 de la Ley Federal de Protección al Consumidor dispone entre otros que las resoluciones que se dicten al resolver el recurso o aquellas que lo tengan por no interpuesto, tendrán administrativamente el carácter de definitivas, sin embargo, con tal disposición no puede ni debe entenderse el concepto de acto definitivo para efectos del juicio de amparo, sino tan sólo como la definición de un acto que se estima irregular dentro de un procedimiento administrativo que desde luego culminará con la emisión de una resolución que le ponga fin, resolución ésta que si tendrá el carácter de acto definitivo atento lo dispuesto por el artículo 114, fracción II de la Ley de Amparo. Ello en virtud de que para poder determinar si un acto de autoridad es o no definitivo para los efectos del juicio de amparo, debe estarse a la naturaleza del acto mismo en relación con el artículo 114, fracción II de la Ley de Amparo; es decir, al hecho de si dicho acto pone o no fin al procedimiento administrativo del cual emana, pues el precepto mencionado establece claramente que el amparo se pedirá ante Juez de Distrito contra actos que no provengan de tribunales judiciales, administrativos o del trabajo, pero en tales casos, cuando el acto emane de un procedimiento seguido en forma de juicio (como es el caso seguido ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor) el amparo sólo podrá promoverse contra la resolución definitiva, por violaciones cometidas en la misma resolución o durante el procedimiento, o sea contra la resolución que ponga fin a dicho procedimiento, lo que implica que el juicio constitucional no procede contra la serie de actos que se vayan dando durante la tramitación del procedimiento.

#### CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO

Amparo en revisión 1504/92 -Gastronómica La Bella Italia, S.A. de C.V.-10 de septiembre de 1992 -Unanimidad de votos -Ponente: José Méndez Calderón -Secretario: Jacinto Figueroa Salmoran

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XI, marzo de 1993, pagina 309, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I 4o A 534 A.

#### 25.- MARCAS. COMPETENCIA DESLEAL. REQUISITOS PARA QUE SE ACTUALICE LA INFRACCIÓN ADMINISTRATIVA PREVISTA EN LA LEY DE INVENCIÓNES Y MARCAS.-

La Ley de Invencciones y Marcas en su artículo 210, señala de manera enunciativa doce actos que constituyen infracciones administrativas, por ser actos contrarios a los buenos usos y costumbres de la industria, comercio y servicios que impliquen competencia desleal, entre los que se encuentran, el efectuar en el ejercicio de actividades industriales o mercantiles, actos que causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer o suponer infundadamente, la existencia de una relación o asociación entre dos establecimientos, que la fabricación de un producto se realiza bajo normas, licencia o autorización de un tercero, o que se presta un servicio o se vende un producto con autorización o licencia de un tercero (inciso b) fracción XII, de esta manera encontramos en el citado precepto dos elementos indispensables para que se actualice la infracción administrativa en el prevista, el primero se refiere a la existencia de una conducta

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



contraria a los buenos usos y costumbres de la industria o comercio que implique competencia desleal y el segundo elemento consiste en que esa conducta cause o induzca al público a confusión, error o engaño en relación con el producto o servicio que requiere o con el establecimiento que lo ofrece; por lo que respecta al primer elemento, debemos atender a los lineamientos del legislador, en el sentido de considerar que todo acto contrario a los usos, costumbres y leyes que rigen la industria o el comercio que menoscabe la libre competencia o perjudique al público consumidor constituye una competencia desleal. En nuestro sistema jurídico, la libre competencia está constitucionalmente garantizada por los artículos 5o. y 28 de nuestra Carta Magna, y conforme a dichos preceptos a nadie puede impedirse que se dedique a la profesión, industria o comercio que le acomode, siendo lícito y cuando no se ataquen los derechos de terceros ni se ofendan los derechos de la sociedad; se prohíben los monopolios, a excepción hecha de aquellos que por su naturaleza corresponden al Estado y de los privilegios que conceden las leyes sobre derechos de autor y de invenciones y marcas. Ahora bien, en materia de propiedad industrial, nuestro país se enmarca en un tratado internacional, que es el Convenio de la Unión de París, vigente desde mil novecientos ochenta y tres, mismo que en términos del artículo 133 constitucional, es la ley en nuestro país; este convenio fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el veintisiete de julio de mil novecientos setenta y seis, y en su artículo 10 bis señala expresamente que, los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales, una protección eficaz contra la competencia desleal, y actúa "constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial". Con base en esto, la Ley de Invenciones y Marcas vigente, trata de evitar la competencia desleal reprimiendo los actos deshonestos en materia de industria y comercio, y aquellos que sean contrarios a las disposiciones que consagra. Para el estudio de estos actos deshonestos, es importante tener presente que lo sancionable, es el abuso del bien jurídico tutelado por el artículo 28 constitucional, es decir, el abuso a la libertad de competencia que en él se consagra, no siendo admisible la restricción de esta libertad sin la existencia de una conducta que se adecue exactamente al supuesto jurídico contemplado por la norma legal. La ley señala una serie de actos deshonestos que considera como conductas de competencia desleal, que aparte de ser actos contrarios a las disposiciones que la misma establece, causan perjuicio no sólo al tercero de quien obtiene beneficio o causan daño, sino también al desarrollo del comercio y la industria, repercutiendo a su vez en un daño para el público que requiere de los productos o servicios que le ofrecen. Así, tomando en cuenta los actos deshonestos que se sancionan como infracciones administrativas y como delitos, podemos definir a la competencia desleal, como la conducta de un competidor que utilizando cualquier procedimiento en contra de las buenas costumbres o de alguna disposición legal, sustraiga, utilice o explote un derecho comercial o industrial de otro recurrente, con el fin de obtener ventajas indebidas para sí, para varias personas, o para causarle un daño a aquel, para tal efecto, debemos decir que el concepto de buenas costumbres ha sido interpretado por la doctrina como los principios deducibles de normas positivas que son aceptados por el sentimiento jurídico de una comunidad. Así, costumbres comerciales como anuncios, promociones de ventas, campañas de descuento, etcétera, son lícitas y permitidas para atraer clientela a un establecimiento o hacia un producto, siempre que no se empleen medios reprochables para ello. Siguiendo con el concepto de competencia desleal que hemos llegado, es requisito primordial para que haya deslealtad, que primero exista competencia entre los comerciantes, es decir, que desarrollen una actividad encaminada o relacionada con el mismo fin, toda vez que podría darse una conducta ilícita entre comerciantes que no compiten entre sí, y ésta, independientemente de que sea sancionable por otros medios, no constituye competencia desleal. También cabe decir, que la conducta deshonesta del comerciante desleal puede ser activa o pasiva, es decir, consistir en un hacer o en una omisión, realizada con la intención de obtener un beneficio propio o causar daño a otro recurrente. Ahora bien, para que esa competencia desleal sea sancionable como infracción administrativa, en el supuesto que estudiamos, es indispensable que se actualice el segundo supuesto, consistente en que esa conducta calificada de desleal cause o induzca al público a confusión, error o engaño en relación con el producto o servicio que requiere o con el establecimiento que lo ofrece. Para entender este segundo supuesto, es importante establecer lo que se entiende por causar o inducir al público, esto es producir en él, un ánimo incitatorio o persuasivo a moverse en determinado sentido, con el fin de obtenerlo como cliente, esto es válido en la libre competencia pero no a través de conductas deshonestas. Lo que

resulta reprochable, es obtener este fin mediante la confusión, el error o el engaño en que se hace caer al público. Conforme al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, confusión, significa la mezcla de dos o mas cosas diversas de modo que las partes de la una se incorporen a la otra, falta de orden o de claridad; la acepción de error, es concepto equivocado o juicio falso y engaño, la falta de verdad en lo que se dice, hace, cree, piensa o discurre. De esta manera, la conducta del comerciante encaminada a confundir, equivocar o engañar al publico, es una conducta deshonesta, pero solo encuadra en el supuesto de infracción que analizamos, si la confusión, el error o el engaño lo llevan a suponer que existe relación o asociación entre un establecimiento y el de un tercero, como por ejemplo en las cadenas de tiendas o negocios que ostentan la misma o semejante denominación, o bien, que lo hagan suponer que se fabrican o venden productos o se prestan servicios bajo las normas, licencia o autorización de un tercero, como por ejemplo, las agencias de carros que componen o venden piezas originales de la misma empresa que fabrican los automóviles, para que una conducta sea sancionable conforme a la ley, es necesario que se cumplan todos los requisitos previstos en las hipótesis normativas, en virtud de que en nuestro sistema jurídico, a excepción de que expresamente lo señale la ley, no es admisible la aplicación de sanciones por conductas análogas a las previstas. En estas condiciones, resulta necesario para que surta la causa de infracción administrativa, que se den los dos elementos que han sido analizados.

#### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 3043/90 -Kenworth Mexicana, S.A. de C.V.-30 de enero de 1991 -Unanimidad de votos -Ponente Genaro David Góngora Pimentel -Secretaria. Guadalupe Robles Dettner

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VII, junio de 1991, pagina 320. Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I.3o.A.385 A.

#### **26.- MARCAS. REGLAS PARA DETERMINAR SUS SEMEJANZAS EN GRADO DE CONFUSION, CUANDO LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SON DE LA MISMA CLASIFICACION O ESPECIE.-**

La marca es todo signo que se utiliza para distinguir un producto o servicio de otros y su principal función es servir como elemento de identificación de los satisfactores que genera el aparato productivo. En la actualidad, vivimos en una sociedad consumista, en donde las empresas buscan incrementar su clientela, poniendo a disposición de la población una mayor cantidad y variedad de artículos para su consumo, con la única finalidad de aumentar la producción de sus productos y, por ende, sus ganancias económicas. El incremento en el número y variedad de bienes que genera el aparato productivo, fortalece la presencia de las marcas en el mercado, porque ellas constituyen el único instrumento que tiene a su disposición el consumidor para identificarlos y poder seleccionar el de su preferencia. Ahora bien, los industriales, comerciantes o prestadores de servicios podrán usar una marca en la industria, en el comercio o en los servicios que presten; empero el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro ante la autoridad competente según así lo establece el artículo 87 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, además en este ordenamiento legal en sus artículos 89 y 90, se indican las hipótesis para poder constituir una marca, así como los supuestos que pueden originar el no registro de la misma. Uno de los objetivos de la invocada ley secundaria, es el de evitar la coexistencia de marcas confundibles que amparen los mismos productos o servicios, y para ello estableció la siguiente disposición que dice: "Artículo 90. No se registrarán como marcas: ... XVI. Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra ya registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Sin embargo, si podrá registrarse una marca que sea idéntica a otra ya registrada, si la solicitud es planteada por el mismo titular, para aplicarla a productos o servicios similares..." Por tanto, cuando se trate de registrar una marca que ampare productos o servicios similares a los que ya existen en el mercado, se debe tener en cuenta que dicha marca debe ser distintiva por sí misma, es decir, que debe revestir un carácter de originalidad suficiente para desemejarse el papel que le es asignado por la ley, dejando ser objetiva o real, con la finalidad de evitar toda posibilidad de confusión con marcas existentes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Determinar la existencia de la confundibilidad de las marcas o la posibilidad de que ella se dé, no siempre es tarea fácil, no existe una regla matemática, clara y precisa, de cuya aplicación surja indubitable la confundibilidad de un cotejo marcario. La cuestión se hace más difícil ya que lo que para unos es confundible para otros no lo será. Es más, las mismas marcas provocarían confusión en un cierto contexto y en otro no, sin embargo, la confundibilidad existirá cuando por el parecido de los signos el público consumidor pueda ser llevado a engaño. La confusión puede ser de tres tipos: a) fonética, b) gráfica, y, c) conceptual o ideológica. La confusión fonética se da cuando dos palabras vienen a pronunciarse de modo similar. En la práctica este tipo de confusión es frecuente, ya que el público consumidor conserva mejor recuerdo de lo pronunciado que de lo escrito. La confusión gráfica se origina por la identidad o similitud de los signos, sean estos palabras, frases, dibujos, etiquetas o cualquier otro signo, por su simple observación. Este tipo de confusión obedece a la manera en que se percibe la marca y no como se representa, manifiesta o expresa el signo. Esta clase de confusión puede ser provocada por semejanzas ortográficas o gráficas, por la similitud de dibujos o de envases y de combinaciones de colores, además de que en este tipo de confusión pueden concurrir a su vez la confusión fonética y conceptual. La similitud ortográfica es quizás la más habitual en los casos de confusión. Se da por la coincidencia de letras en los conjuntos en pugna y para ello influyen la misma secuencia de vocales, la misma longitud y cantidad de sílabas o terminaciones comunes. La similitud gráfica también se da cuando los dibujos de las marcas o los tipos de letras que se usen en marcas denominativas, tengan trazos parecidos o iguales, ello aun cuando las letras o los objetos que los dibujos representan, sean diferentes. Asimismo, existirá confusión derivada de la similitud gráfica cuando las etiquetas sean iguales o parecidas, sea por similitud de la combinación de colores utilizada, sea por la disposición similar de elementos dentro de la misma o por la utilización de dibujos parecidos. La similitud gráfica es común encontrarla en las combinaciones de colores, principalmente en etiquetas y en los envases. La confusión ideológica o conceptual se produce cuando siendo las palabras fonética y gráficamente diversas, expresan el mismo concepto, es decir, es la representación o evocación a una misma cosa, característica o idea, la que impide al consumidor distinguir una de otra. El contenido conceptual es de suma importancia para decidir una inconfundibilidad, cuando es diferente en las marcas en pugna, porque tal contenido facilita enormemente el recuerdo de la marca, por ello cuando el recuerdo es el mismo, por ser el mismo contenido conceptual, la confusión es inevitable, aun cuando también pudieran aparecer similitudes ortográficas o fonéticas. Este tipo de confusión puede originarse por la similitud de dibujos, entre una palabra u un dibujo, entre palabras con significados contrapuestos y por la inclusión en la marca del nombre del producto a distinguir. Dentro de estos supuestos el que cobra mayor relieve es el relativo a las palabras y los dibujos ya que si el emblema o figura de una marca es la representación gráfica de una idea, indudablemente se confunde con la palabra o palabras que designen la misma idea de la otra marca a cotejo, por eso las denominaciones evocativas de una cosa o de una cualidad, protegen no solo la expresión que las constituyen, sino también el dibujo o emblema que pueda gráficamente representarla, lo anterior es así, porque de lo contrario sería factible borrar el derecho de los propietarios de marcas, obteniendo el registro de emblemas o palabras que se refieren a la misma cosa o cualidad aludida por la denominación ya registrada, con la cual el público consumidor resultaría fácilmente inducido a confundir los productos. Diversos criterios sustentados por la Suprema Corte y Tribunales Colegiados, han señalado que para determinar si dos marcas son semejantes en grado de confusión, debe atenderse a las semejanzas y no a las diferencias, por lo que es necesario al momento de resolver un cotejo marcario tener en cuenta las siguientes reglas. 1) La semejanza hay que apreciarla considerando la marca en su conjunto. 2) La comparación debe apreciarse tomando en cuenta las semejanzas y no las diferencias. 3) La imitación debe apreciarse por imposición, es decir, viendo alternativamente las marcas y no comparandolas una a lado de la otra, y. 4) La similitud debe apreciarse suponiendo que la confusión puede sufrirla una persona medianamente inteligente, o sea el comprador medio, y que preste la atención común y ordinaria. Lo anterior, implica en otros términos que la marca debe apreciarse en su totalidad, sin particularizar en las diferencias que pudieran ofrecer sus distintos aspectos o detalles, considerados de manera aislada o separadamente, sino atendiendo a sus semejanzas que resulten de su examen global, para determinar sus elementos primordiales que le dan su carácter distintivo, todo ello deberá efectuarse a la primera impresión normal que proyecta la marca en su conjunto, tal como lo observa el consumidor destinatario de la misma en la realidad.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

sin que pueda asimilarse a un examinador minucioso y detallista de signos marcarios. Esto es así, porque es el público consumidor quien fundamentalmente merece la protección de la autoridad administrativa quien otorga el registro de un signo marcario, para evitar su desorientación y error respecto a la naturaleza y origen de los distintos productos que concurren en el mercado, por lo que dicha autoridad al momento de otorgar un registro marcario, siempre debe tener en cuenta que la marca a registrar sea lo suficientemente distintiva entre la ya registrada o registradas, de tal manera que el público consumidor no solo no confunda una con otras, sino que ni siquiera exista la posibilidad de que las confundan, pues sólo de esa manera podrá lograrse una verdadera protección al público consumidor y, obviamente, se podrá garantizar la integridad y buena fama del signo marcario ya registrado, asegurando de esa forma la fácil identificación de los productos en el mercado. Por tanto, cuando se trata de determinar si dos marcas son semejantes en grado de confusión conforme a la fracción XVI del artículo 90 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, debe atenderse a las reglas que previamente se han citado.

#### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 1773/94.-Comercial y Manufacturera, S.A. de C.V.-20 de octubre de 1994.-Unanidad de votos.-Ponente: Genaro David Gongora Pimentel.-Secretario: Jacinto Juárez Rosas.

Amparo en revisión 1963/94.-The Concentrate Manufacturing Company of Ireland.-14 de octubre de 1994.-Mayoría de votos.-Ponente y disidente: Carlos Alfredo Soto Villaseñor.-Secretaria: Silvia Elizabeth Morales Quezada.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XV-I, febrero de 1995, página 207, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I.3o.A.581 A.

#### **27.- MARCAS. SEMEJANZA EN GRADO DE CONFUSIÓN AUN CUANDO LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PERTENEZCAN A DISTINTAS CLASES O GÉNEROS.**

Al ser una marca todo signo visible que permita distinguir productos o servicios de otros de su misma clase, cualquier agente económico, productor o comerciante, que participe en los mercados podrá utilizar alguna para identificar y distinguir sus productos o servicios, sin embargo, el derecho al uso exclusivo de una marca se obtiene, únicamente, a través del correspondiente registro ante las autoridades competentes. La marca debe ser suficientemente distintiva, original, para identificar y hacer distinguibles los productos o servicios, esto es, debe poseer una eficacia distintiva y además debiera ser jurídicamente tutelable como tal, es decir, una marca no obtendrá su registro si se advierte la posibilidad de confusión con otra u otras registradas con anterioridad y, por tanto, se pudiera inducir a error al público consumidor. Para determinar si una marca presenta similitud con otra, estas deberán apreciarse de manera global, atendiendo a las semejanzas que presenten y tomando en consideración la primera impresión que, en su conjunto, proyecten sobre el consumidor. Este último dato, supone que el consumidor medio no realiza respecto del signo marcario un análisis profundo o sistemático para detectar las diferencias entre una y otra marca. Así pues, mediante el registro de una marca la autoridad está protegiendo al público consumidor, evitándole posibles errores respecto a la naturaleza y origen de los diversos productos que concurren en los mercados de bienes y servicios. Esta protección supone que se evite, asimismo, cualquier posibilidad de confusión para el consumidor respecto de las marcas, asegurando la cabal identificación de los bienes o servicios que el particular desea adquirir o utilizar. Ahora bien, la similitud entre dos signos marcarios debe determinarse tomando en cuenta no solo la clase en que están comprendidos los productos o servicios amparados por las marcas, sino que debe considerarse la finalidad, composición, lugar de venta del artículo, así como cualquier otra relación que permita presumir que una marca intenta aprovechar el prestigio de otra. La existencia de una marca registrada, notoria y con un prestigio reconocido ante el público consumidor, hace pensar que, al ser introducida al mercado una marca nueva, cuya similitud con la primera sea la suficiente como para sugerir una relación entre ambas, o bien que una corresponde o deriva de la otra, fácilmente provocaría el error y confusión entre los consumidores, mismos que podrían asumir que

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

los productos o servicios amparados por las marcas en cuestión poseen la misma calidad o procedencia. Cuando del análisis de las marcas se aprecia que existe un elemento relevante o característico en las mismas y, que los demás elementos constituyen únicamente un complemento del signo distintivo y original, pero no alcanzan a desvirtuar la semejanza derivada del elemento común, es evidente la posibilidad de confusión entre los signos marcarios ya que gráfica, conceptual o fonéticamente darán la impresión de ser denominaciones similares, o que una es variante de la otra, aun cuando se refieran a productos o servicios diferentes. La semejanza en grado de confusión entre dos marcas hace imposible el cumplimiento de la función individualizadora de las mismas. El consumidor, al advertir una marca nueva similar a una ya existente y con cierta antigüedad, puede creer que se trata de una variante de esta última, aun cuando se tratara de diversos productos o servicios. Es pertinente aclarar que, si bien la interpretación respecto a la posibilidad de confusión por similitud entre los signos marcarios aun si amparan productos o servicios distintos, se ha desarrollado sobre los conceptos señalados en los artículos 105 fracción XIV y 106 de la anterior Ley de Propiedad Industrial, al corresponder estos a lo dispuesto por la fracción XVI del artículo 90 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, dicha interpretación continúa siendo vigente. La función distintiva de la marca posibilita a industriales y comerciantes conservar su crédito y orientar la elección de los consumidores, al tiempo que garantiza la procedencia y calidad de los bienes y servicios ofrecidos. Negar el registro de marcas idénticas o parecidas, aun tratándose de productos o servicios diferentes, resulta apropiado considerarlo bajo una variante de la regla de competencia desleal. Es decir, si el nombre de una marca ha excedido los límites de su propio campo y se le asocia con una excelente calidad y un prestigio singular, esta circunstancia no debe ser aprovechada por otros, ni debe permitirse el desconcierto y confusión entre el público consumidor, que pudiera asumir que los productos o servicios tienen la misma procedencia. La semejanza en los signos marcarios a la que alude la ley no debe circunscribirse a aquella detectada respecto a determinados artículos clasificados en la misma especie o clase, sino que debe entenderse referida a toda similitud que induzca a error, sea por su finalidad, composición, lugar de venta, o por cualquier otra relación lógica existente entre las marcas.

#### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 1963/94 -The Concentrate Manufacturing Company of Ireland -14 de octubre de 1994 -Mayoría de votos -Ponente: Carlos Alfredo Soto Villaseñor -Secretaria: Silvia Elizabeth Morales Quezada.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XV-I, febrero de 1995, página 226, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I.3o.A.584 A.

#### **28.- MULTAS IMPUESTAS CON APOYO EN EL ARTÍCULO 66, FRACCIÓN I, DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, NO DEBEN SUJETARSE A LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS POR EL ARTÍCULO 89 DE LA PROPIA LEY.-**

En la fracción I del artículo 66 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se establece la facultad de la Procuraduría Federal del Consumidor para emplear, en el desempeño de sus funciones, el uso de diversos medios de apremio, entre los que se encuentran la imposición de multas, en el artículo 86 de la propia ley se dispone que las infracciones a lo dispuesto por ese ordenamiento legal serán castigadas por la autoridad competente con diversas sanciones, entre las que se encuentra la aplicación de multas, y que, para la determinación en estas sanciones deberán tenerse en cuenta los requisitos que señala el artículo 89 de la misma ley. Del análisis integral de los preceptos en mención se advierte que, en tratándose de las medidas de apremio que establece la fracción I del artículo 66, ya citado, no se requiere que la autoridad cumpla con los requisitos que preceptúa el artículo 89 en mención, ya que este numeral se refiere exclusivamente a las sanciones previstas en el artículo 86 del propio ordenamiento con motivo de las infracciones cometidas a la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás disposiciones derivadas de ella.

#### PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Amparo directo 2181/92.-Ferrocarriles Nacionales de México.-20 de octubre de 1992.-Unanimidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viaczán.-Secretario: Hugo Guzmán López.

Amparo directo 2121/92.-Ferrocarriles Nacionales de México.-18 de septiembre de 1992.-Unanimidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viaczán.-Secretario: Hugo Guzmán López.

Amparo directo 1801/92.-Automotriz Vértiz, S.A.-17 de agosto de 1992.-Unanimidad de votos.-Ponente: Luis María Aguilar Morales.-Secretaria: Luz Cueto Martínez.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XI, mayo de 1993, página 355, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis 1.1o.A.159 A.

### **29.- PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR. CUÁNDO SON ACTOS DE AUTORIDAD SUS LAUDOS ARBITRALES.-**

Es exacto que conforme al artículo 59, fracción VIII, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la designación del procurador como árbitro encargado de decidir una controversia es producto de la voluntad de los sujetos contendientes, y que a estos corresponde establecer las bases del compromiso arbitral. Sin embargo, cuando al pronunciar el laudo, el procurador aperece a la parte condenada de que, de no cumplir con la condena impuesta, hará uso en el ámbito administrativo de las sanciones previstas en los artículos 86 y 90 de su ley, resulta claro que al margen de cualquier consideración atinente a la legalidad de tal proceder se esta en presencia de una autoridad para efecto del amparo pues, siendo un sujeto público, pretende de hecho o de derecho imponer al quejoso su decisión y hacerla cumplir a través de medidas coactivas. Por lo demás, robustece la eficacia y la exigibilidad del laudo, la circunstancia de que en términos del artículo ya citado de la ley de la materia (inciso e) y de los numerales 444 y 500 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal vigente, los laudos de esta naturaleza ya constituyen títulos que traen aparejada ejecución.

#### **TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.**

Amparo en revisión 2263/89 -Arturo Eiorza Bermúdez.-23 de noviembre de 1989 -Unanimidad de votos -Ponente: Genaro David Gongora Pimentel.-Secretaria: Adriana Leticia Campuzano Gallegos

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo IV, Segunda Parte-1, julio a diciembre de 1989, página 392, Tribunales Colegiados de Circuito.

### **30.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. CARECE DE FACULTADES PARA ORDENAR LA SUSPENSIÓN DE JUICIOS O PROCEDIMIENTOS.-**

La Ley Federal de Protección al Consumidor no faculta a la Procuraduría Federal del Consumidor a ordenar la suspensión de otros juicios o procedimientos que estén tramitando las partes involucradas ante diversas autoridades y, por lo mismo, las resoluciones que así lo establezcan resultan ilegales

#### **PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.**

Amparo en revisión 2541/90 -Inmobiliaria Cantábncsa, S.A.-14 de noviembre de 1990 -Unanimidad de votos -Ponente: Luis María Aguilar Morales.-Secretaria: Rosa Elena Rivera Barbosa.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VII, mayo de 1991, página 257, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis 1 to A.105 A.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **31.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. CASO EN QUE EJERCE FUNCIONES JURISDICCIONALES.-**

De acuerdo con el artículo 59 fracción VIII de la Ley Federal de Protección al Consumidor se desprende que la procuraduría respectiva al tratar de satisfacer los derechos de los consumidores, puede desempeñar diferentes funciones, a saber: a) La función conciliatoria; b) La función arbitral; c) La función calificadora. Ahora bien, lo que va a diferenciar la actitud de un Juez o tribunal de la que pudiese ejercer cualquier otra autoridad al resolver una controversia, es la función jurisdiccional. De acuerdo a lo anterior y considerando las funciones que ejerce la Procuraduría Federal del Consumidor, se concluye que la única en que realiza la función jurisdiccional, es cuando actúa dentro del juicio arbitral, ya que en éste las partes formulan compromiso con base en el laudo que emita la propia autoridad, una vez seguido el procedimiento respectivo. Es decir, la procuraduría tiene la facultad de decisión en el asunto que se somete a su consideración. Situación diferente se presenta en la función conciliatoria, ya que en ésta la procuraduría simplemente se dedica a ser un mediador entre el consumidor y el proveedor, con el fin de avenirlos y de que lleguen a un convenio. En la función calificadora, la jurisdicción aludida no existe, toda vez que en ésta la procuraduría no obliga a las partes a formular compromiso alguno, sino que por el contrario, solo determina si existe o no violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor y deja a los contendientes en libertad de ejercer sus derechos en la jurisdicción ordinaria. Por tanto, debe estimarse que la Procuraduría Federal del Consumidor solo ejerce funciones de tribunal administrativo cuando actúa dentro del juicio arbitral reseñado.

#### **TERCER TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEXTO CIRCUITO.**

Amparo en revisión 386/88.-José Maclovio Flores Corona.-25 de octubre de 1988.-Unanimidad de votos.-Ponente: Jaime Manuel Marroquin Zaleta.-Secretario: José de Jesús Echeagaray Cabrera.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo II, Segunda Parte-2, julio a diciembre de 1988, página 414, Tribunales Colegiados de Circuito.

### **32.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. LAS OBLIGACIONES RECONOCIDAS POR LAS PARTES EN LA FASE CONCILIATORIA SON DE PLENO DERECHO Y PARA SU EJECUCIÓN DEBE ACUDIRSE A LOS TRIBUNALES COMPETENTES.-**

Del análisis al artículo 59 fracción VIII incisos b) y e) de la Ley Federal de Protección al Consumidor se desprende que si las partes reconocen una obligación, la misma es de pleno derecho, esto significa que tal reconocimiento obliga sin necesidad de ser homologado, es decir, la obligación surge por el solo hecho del reconocimiento, pero para que la misma pueda tener ejecución, la parte que se va a ver favorecida con esa obligación, deberá promover dicha ejecución, ante los tribunales competentes.

#### **TERCER TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEXTO CIRCUITO.**

Amparo en revisión 321/89.-Bernardette Graciela Gamboa Ojeda.-27 de septiembre de 1989.-Unanimidad de votos.-Ponente: Jaime Manuel Marroquin Zaleta.-Secretario: José de Jesús Echeagaray Cabrera.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo IV, Segunda Parte-1, julio a diciembre de 1989, página 393, Tribunales Colegiados de Circuito.

**33.- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. SUBPROCURADOR "B" EN AUSENCIA DE SU TITULAR. CASO EN QUE NO PUEDE INTERPONER EL RECURSO DE REVISIÓN CONTRA RESOLUCIONES DEL TRIBUNAL FISCAL DE LA FEDERACIÓN COMO AUTORIDAD SUSTITUTA DEL SECRETARIO DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.-**  
Cuando las resoluciones que dieron origen al juicio fiscal encuentran su fundamento en la Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, resulta irrelevante el contenido del

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de enero de 1989, ya que únicamente reforma y adiciona diversos artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor y deroga algunas de las facultades que confiere el artículo 34 fracción VII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, lo que no puede trascender a la aplicación de un ordenamiento legal diverso, como lo es la ley primeramente citada. Además, si en las reformas aludidas no se otorgó facultad al procurador federal del Consumidor para resolver el recurso administrativo que dio origen a la resolución impugnada en el juicio fiscal, es evidente que este no puede sustituir al secretario de Comercio y Fomento Industrial (autoridad a la que se le atribuye dicha resolución) menos aún, puede el subprocurador "B" de la Procuraduría Federal del Consumidor en ausencia de aqué, interponer el recurso de revisión fiscal.

#### CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 354/89.-Subprocurador "B" de la Procuraduría Federal del Consumidor en ausencia del titular.-28 de septiembre de 1989.-Unanidad de votos.-Ponente: David Delgadillo Guerrero.-Secretario: José Pablo Sáyago Vargas.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo V, Segunda Parte-2, enero a junio de 1990, página 609, Tribunales Colegiados de Circuito

Amparo en revisión 1051/90.-Raúl Muñoz Mireles y Olga Benavides de Muñoz.-15 de agosto de 1990.-Unanidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viazcan.-Secretario: Ricardo Ojeda Bohórquez.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VII, enero de 1991, página 369, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I.1o.A.95 A.

#### **34.- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. LAUDOS ARBITRALES EMITIDOS POR LA PROCURADURÍA FEDERAL DE. SON RECLAMABLES EN AMPARO.-**

Los laudos emitidos por la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, si son reclamables en amparo, pues quien los emite reúne las características de autoridad para los efectos del juicio de garantías, en efecto, el acto es unilateral, en virtud de que para su existencia y eficacia jurídica no requiere del concurso de la voluntad del particular frente a quien se ejercita, es decir, la unilateralidad significa que la creación, modificación o extinción de situaciones generales o especiales de hecho o de derecho, o alteración o afectación de las mismas, se realice por una de las partes en la relación jurídica, como sucede en tratándose de impuestos, ordenes de aprehensión, sentencias, etcétera, a diferencia de la bilateralidad en la cual, para que se den tales efectos requiere del concurso de la voluntad de las partes (por ejemplo, los contratos entre particulares), en tales condiciones, los laudos arbitrales aludidos, son unilaterales, pues es una sola de las partes en la relación jurídica la que los emite, es decir, el árbitro, sin el consentimiento de los demás sujetos que intervienen (los particulares sometidos al arbitraje) y si bien es cierto que las partes en la controversia arbitral se someten al arbitraje voluntariamente, también es cierto que no por esa manifestación de voluntad el laudo deja de ser unilateral, pues la voluntad de los particulares está determinada al sometimiento del procedimiento arbitral, más no a la creación, modificación o extinción de situaciones generales o especiales de hecho o de derecho, alteración o afectación de las mismas, lo cual es propio del árbitro, la Procuraduría Federal del Consumidor, en segundo lugar los laudos arbitrales a que nos referimos tienen también la característica de imperatividad, pues el gobernado en contra de quien se dicte tiene la obligación de acatarlo, no obstante que para ello tenga que solicitarse la actuación de un Juez común; por último, dichos laudos contienen el elemento de coercitividad, pues son emitidos por la Procuraduría Federal del Consumidor, a quien la ley de la materia le otorga facultades de jurisdicción. Es decir, la citada procuraduría tiene dos funciones, una, la de autoridad administrativa, en cuanto a que es un organismo descentralizado de servicio social, con funciones de autoridad con personalidad jurídica y patrimonial propio para promover y proteger los derechos de interés de los consumidores y, la otra, en cuanto a que actúa como árbitro, con funciones de jurisdicción que la propia ley le confiere

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



por voluntad del Estado, quien le transmite el imperio del cual está investido, al permitirle, por medio de la ley, que juzgue controversias entre proveedores y consumidores, atribuciones propias del Estado, pero que encomienda a dicha procuraduría, mediante el artículo 59, fracción VIII, inciso c), de la Ley Federal de Protección al Consumidor; en otras palabras, la mencionada procuraduría es árbitro por disposición de la ley y no por voluntad de las partes.

#### PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO

Amparo en revisión 1051/90 -Raúl Muñoz Mireles y Olga Benavides de Muñoz.-15 de agosto de 1990.-Unanimidad de votos.-Ponente. Samuel Hernández Viazcan.-Secretario Ricardo Ojeda Bohórquez.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VII, enero de 1991, página 369. Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I. to.A.95 A.

**35.- RECURSO ADMINISTRATIVO. NO HAY RAZÓN PARA SU DESECHAMIENTO POR "NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE" SI SE PRESENTA ANTE AUTORIDAD DISTINTA A LA DEBIDA (ARTÍCULO 91 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR).**- Si bien el artículo 91 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que el recurso de revisión se presentará "ante la inmediata autoridad superior de la responsable", la presentación del mismo ante autoridad diversa a la señalada no implica su desechamiento por "notoriamente improcedente", toda vez que la ley no impone dicha sanción y, el mencionado requisito no es de procedibilidad, pues sólo tiene por objeto precisar la autoridad que resolverá el recurso. Luego entonces, la autoridad responsable en el juicio de garantías debe limitarse a turnar el recurso interpuesto a la autoridad correspondiente.

#### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 2003/89.-Compañía Hulera Tornel, S.A de C.V.-18 de octubre de 1989.-Unanimidad de votos.-Ponente. Fernando Lanz Cárdenas.-Secretario Alvaro Tovilla León

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo IV, Segunda Parte-1, julio a diciembre de 1989, página 440, Tribunales Colegiados de Circuito.

#### **36.- RECURSOS ADMINISTRATIVOS, CUÁNDO SON OPTATIVOS Y CUÁNDO OBLIGATORIOS.-**

Si el particular resulta afectado por una resolución administrativa y la ley del acto le otorga la posibilidad de recurrir empleando el vocablo "podrán", este no debe ser interpretado como la posibilidad optativa o alternativa a cargo del particular de elegir específicamente entre recurrir la resolución que le afecta, o bien, la no interposición del recurso, pues la intención del legislador al utilizar el vocablo "podrán" sólo da cumplimiento al imperativo constitucional, de legítima defensa y garantía de audiencia al establecer para el afectado por una resolución un camino o posibilidad de solicitar ante la autoridad inmediata superior de la responsable la revisión de dicha resolución, es decir, se da la oportunidad al particular de que en caso de que no esté de acuerdo con la resolución apoyada en la ley del acto puede elegir entre recurrir la resolución o no recurrirla, lo que traería consigo en este último supuesto el consentimiento tácito de la citada resolución, pero nunca la oportunidad para acudir directamente al juicio de nulidad ante el Tribunal Fiscal de la Federación y obviar la tramitación del recurso administrativo procedente. Asimismo, el vocablo "podrán" (inflexión del verbo poder) significa según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en su vigésima edición, "Tener expedita la facultad de potencia de hacer una cosa. Ser contingente o posible que suceda una cosa. Tener facilidad, tiempo o lugar de hacer una cosa", significados que difieren absolutamente con el término "optar" y "optativo", que significa, según el diccionario de referencia, "Escoger una cosa entre varias, acción de... De tal manera que, semánticamente, ambos términos no tienen equivalente entre sí, menos aun posibilidad de

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

sinonimia, por lo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 91 de la Ley Federal de Protección al Consumidor no es dable el interpretar la voz "podrán" como facultad para optar o elegir entre la interposición del recurso de revisión (ante la inmediata autoridad superior de la responsable) o la posibilidad de promover un juicio de nulidad ante el Tribunal Fiscal de la Federación, circunstancia que nos permite concluir que el recurso administrativo que las personas afectadas por las resoluciones dictadas con fundamento en la ley de la materia que actualiza el mismo, "podrán" interponerlo con apoyo en el propio ordenamiento legal, no siendo optativo o alternativo agotarlo, sino obligatorio y previo el juicio fiscal.

#### PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Revisión fiscal 451/90.-Saúl Régules -28 de junio de 1990.-Unanimidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viazcón.-Secretario. Salvador Mondragón Reyes.

Amparo en revisión 1541/87.-Margarita Borrego Parcayo viuda de Salgado y otro.-20 de abril de 1988.-Unanimidad de votos.-Ponente: Samuel Hernández Viazcón.-Secretario: Francisco Javier Cárdenas Ramírez.

Semanario Judicial de la Federación. Octava Época, Tomo VII, enero de 1991, página 414, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I.1o.A.91 A.

#### **37.- SUPLETORIEDAD DEL CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. NO OPERA PARA ESTABLECER EN QUÉ MOMENTO SURTEN EFECTOS LAS NOTIFICACIONES QUE SE PRACTIQUEN EN EL PROCEDIMIENTO QUE REGLAMENTA.-**

Para poder precisar el cómputo de la interposición de la demanda de garantías, en caso de que el acto reclamado se haya emitido con base en la Ley Federal de Protección al Consumidor, debe tomarse como punto de partida la fecha en que el peticionario del amparo señaló haber tenido conocimiento de los actos reclamados, de acuerdo con la última regla que para la realización de ese cómputo establece el artículo 21 de la ley reglamentaria de los numerales 103 y 107 constitucionales, ya que la referida Ley Federal de Protección al Consumidor no dispone en qué momento surten efectos las notificaciones que se practiquen en el procedimiento administrativo que prevé, y la única supletoriedad del Código Federal de Procedimientos Civiles, que admite expresamente, conforme a su artículo 138, es en relación a las pruebas que se aporten al hacer valer el recurso de revisión previsto por su numeral 135, no respecto de las notificaciones.

#### PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL TERCER CIRCUITO

Improcedencia 192/96.-Pedro Gutierrez Mendoza.-5 de septiembre de 1996.-Unanimidad de votos.-Ponente: Guillermo David Vazquez Ortiz.-Secretario: Julio Ramos Salas.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo IV, noviembre de 1996, página 521, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis III.1o.A.31 A.

#### **38.- VISITA, ORDEN Y ACTA DE PROCEDENCIA DEL JUICIO DE AMPARO. TRATÁNDOSE DE LAS EXPEDIDAS POR LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.-**

Aun cuando este tribunal ha sustentado el criterio en el sentido de que las actas de inspección no alcanzan el carácter de resoluciones definitivas, puesto que no afectan el interés jurídico del visitado, ya que éste puede rebatir ante la propia autoridad el contenido de esas documentales; y, por consiguiente, que el juicio de amparo promovido en contra de este tipo de actos es improcedente, sin embargo, tratándose de la orden y acta de visita emitida por la Procuraduría Federal del Consumidor, el juicio de garantías enderezado a controvertir esos actos es procedente en atención a que el visitado no puede incurrirse en contra del contenido de esas actas, dado que el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, señala que esa institución

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

aplicará las sanciones con base en lo asentado en las mismas, sin que el visitado tenga la oportunidad de desvirtuar lo consignado en ellas; por tanto, si se afectan los intereses jurídicos del promovente.

#### SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 2012/91.-Gonzalo Montes de Oca Ramirez.-15 de agosto de 1991.- Unanimidad de votos.-Ponente: Carlos Amado Yáñez.-Secretario: Miguel Ángel Cruz Hernández.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VIII, noviembre de 1991, página 335, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis I.2o.A.302 A.

#### 39.- GAS L.P., PLANTAS DE ALMACENAMIENTO DE. SUSPENSIÓN IMPROCEDENTE.-

La emisión de este acuerdo fue originada por la necesidad de garantizar la seguridad de la población que circunda las plantas de almacenamiento de gas L.P. ubicadas dentro de zonas densamente pobladas o construidas, pues implican riesgos en la vida de las personas y para la propiedad, según se señala en la parte considerativa de dicho acuerdo. Así mismo, conforme a su artículo 1o las plantas de almacenamiento deberán reubicarse en otro lugar dentro del plazo máximo de un año contado a partir de la fecha en que se notifique el requerimiento para tal fin, estableciendo en su artículo segundo, como sanción en caso de incumplimiento, la clausura definitiva de la planta de almacenamiento. Por lo tanto, como las disposiciones contenidas en el acuerdo para la reubicación de plantas de gas L.P. ubicadas dentro de las poblaciones están enderezadas a proteger la vida de las personas y a garantizar su seguridad, es inconcuso que son de subrayado interés social, pues a través de ellas se protege el valor más alto de la sociedad, o sea la vida de sus integrantes, razón por la que debe negarse la suspensión provisional solicitada en contra de la clausura derivada de la aplicación del acuerdo de referencia por no surtirle los requisitos establecidos en la fracción II del artículo 124 de la Ley de Amparo, el cual establece que la suspensión se decretará cuando no se siga perjuicio al interés social ni se contravengan disposiciones de orden público.

#### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Queja 543/88 -C. Director de Protección al Consumidor de la Dirección General de Inspección y Vigilancia, en ausencia y nombre del C. Director General de la propia unidad administrativa.-29 de noviembre de 1988.-Unanimidad de votos.-Ponente: Fernando Lanz Cárdenas.-Secretario: Alvaro Tovilla León

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo II, Segunda Parte-1, julio a diciembre de 1988, página 276, Tribunales Colegiados de Circuito.

#### 40.- PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR, MEDIDAS DE APREMIO QUE PUEDE IMPONER EL, PARA COMPELER EN LA VIA ADMINISTRATIVA AL CUMPLIMIENTO DE SUS LAUDOS. SUSPENSIÓN PROCEDENTE.-

En los términos de los artículos 59 fracción VIII, inciso e), de la Ley Federal de Protección al Consumidor y 444 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, los laudos que emite el procurador Federal del Consumidor, esencialmente son de naturaleza declarativa, pero no porque carezcan de ejecución en sí mismos, sino por la circunstancia de que el procurador no está dotado de competencia para pronunciar mandamientos dirigidos a obtener dicha ejecución, o sea que no tiene facultades para emitir proveído a fin de que se realicen diligencias de embargo para asegurar el pago de las prestaciones económicas, sus intereses y las costas del juicio, que resulten con motivo de los laudos dictados por dicha autoridad administrativa, ya que, de conformidad con los supratranscitos numerales, cuando se falte al cumplimiento voluntario del laudo arbitral, el interesado podrá promover ante los tribunales competentes la ejecución del mismo, bien sea por la vía de apremio o por la vía ejecutiva mercantil, correspondiéndole en estas

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

condiciones, la efectividad de los multicitados laudos a los tribunales comunes, en su carácter de autoridades ejecutoras. De lo anterior, resulta que, como los mencionados laudos no carecen de ejecución, los actos tendientes a la misma, si son de naturaleza suspensiva, pero como, el procurador Federal del Consumidor no está capacitado para ejecutarlos, ello impide que proceda la medida cautelar si únicamente se le señala a él como autoridad responsable o si señalándose también a las ejecutoras, éstas niegan los actos de ejecución que se les imputan y el quejoso no demuestra lo contrario; esto es, que el particular beneficiado con el laudo ya promovió las acciones correspondientes, o de vía de apremio o ejecutiva, ante los tribunales comunes, porque si se concediera la suspensión en el primer caso (sin señalar autoridades ejecutoras), se estarían paralizando actos de autoridades no llamadas a juicio; y, en el segundo caso (autoridades que niegan los actos de ejecución), se estarían suspendiendo actos futuros e inciertos porque si bien el particular beneficiado puede promover la ejecución de los laudos, ello no es algo que ocurra fatalmente, es decir, no es una obligación por parte del particular, sino un derecho. Sin embargo, de conformidad con los artículos 86 y 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el procurador Federal del Consumidor, si tiene facultades para compeler, en la vía exclusivamente administrativa, al cumplimiento de los laudos que emite en los terminos del artículo 59 fracción VIII, de la ley de la materia, mediante las medidas de apremio que puede aplicar a los remisos, consistentes en la imposición de multas, clausuras y arrestos administrativos, e incluso con la denuncia por el delito de desobediencia a un mandato legítimo de autoridad, facultades que, si bien no se traducen en actos de autoridad de naturaleza ejecutiva, entendiéndose por estos, para el caso que nos ocupa, las diligencias de embargo para asegurar el pago de las prestaciones a que se condeno a los perdidosos en el laudo, lo cierto es que si buscan esas medidas de apremio el debido cumplimiento de los multicitados laudos en la vía administrativa, mediante la coacción moral que se ejerce sobre la persona del obligado. En tal virtud, la imposición a la quejosa de las medidas de apremio, con las que se le aperece para coaccionarla al cumplimiento del laudo, si es susceptible de suspenderse, toda vez que si la interesada sólo busca, con la medida cautelar que solicitó, que no se le constrina al cumplimiento del laudo en la vía administrativa y si el acto reclamado en el amparo administrativo, se hizo consistir fundamentalmente en el cumplimiento o ejecución del multicitado laudo, resultaría que, de negársele la suspensión, quedaría sin materia el juicio de garantías, situación que pugna con lo dispuesto por el artículo 124, in fine, de la Ley de Amparo.

### TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO

Amparo en revisión 253/89.-Edificios Anáhuac, S.A. y Helen Stuart, S.A.-14 de febrero de 1989 - Unanimidad de votos.-Ponente: Genaro David Góngora Pimentel.-Secretaria: María Guadalupe Saucedo Zavala

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo III, Segunda Parte-2, enero a junio de 1989, página 581, Tribunales Colegiados de Circuito

#### **41.- CONSUMIDOR, LEY DE PROTECCIÓN AL EL DERECHO ESTABLECIDO EN SU ARTICULO 29 PUEDE HACERSE VALER AL CONTESTAR LA DEMANDA O EN CUALQUIER ETAPA DEL JUICIO, HASTA ANTES DE QUE SE DICTE SENTENCIA, SIEMPRE QUE EL ENJUICIADO, AL SER DEMANDADO, HAYA PAGADO MÁS DE LA TERCERA PARTE DEL ADEUDO VENCIDO.-**

El artículo 29 citado al disponer que cuando el consumidor haya cubierto más de la tercera parte del precio o del número total de los pagos convenidos, si el proveedor demanda la rescisión por mora, tendrá derecho el consumidor a optar por la rescisión o por el cumplimiento, y no sujeta a éste a que opte por tal beneficio en forma necesaria al contestar la demanda y, por ende, puede hacerlo no sólo en ese momento, sino en cualquier etapa del procedimiento hasta antes de que se dicte sentencia y si se da este último caso, ello no implica la vulneración de la garantía de seguridad jurídica al proveedor porque, precisamente, la ley que contempla dicho artículo es de orden público e interés social y sus disposiciones imperativas que por tener el carácter de

15315 CON  
FALLA DE ORIGEN

normas de excepción, deben tener observancia por encima de cualquier interés individual. En efecto, este derecho del consumidor lo conoce el proveedor desde que celebra el contrato correspondiente, por encontrarse establecido en la ley citada y el dispositivo correspondiente, no sujeta a término la elección de optar por el beneficio que contempla y constituye, por ende, una forma especial de allanamiento a la demanda y no se trata de una excepción procesal.

Octava Época:

Contradicción de tesis 16/89.-Entre las sustentadas por los Tribunales Colegiados Primero y Segundo en Materia Civil del Primer Circuito.-25 de junio de 1990.-Unanimidad de cuatro votos.- Ponente: Ignacio Magaña Cárdenas.-Secretario: Mario Alberto Adame Nava.

Apéndice 1917-1995. Tomo IV, Primera Parte, página 123. Tercera Sala, tesis 180; véase la ejecutoria en la obra Jurisprudencia por Contradicción de Tesis, Octava Época, Tomo IV, página 718.

#### **42.- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. SÓLO ES APLICABLE A LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES.-**

Los actos jurídicos celebrados entre comerciantes, industriales o de unos con otros, en los cuales no se da una relación de proveedor a consumidor, no se encuentran regulados por la Ley Federal de Protección al Consumidor, pues de conformidad con la exposición de motivos de esta, tal ordenamiento recoge preceptos dispersos en la legislación civil y mercantil, buscando moderar los principios de igualdad entre las partes, de libertad de contratación y de autonomía de la voluntad, les dio coherencia y unidad en un solo ordenamiento y los elevó a la categoría de normas de derecho social, con el propósito fundamental de igualar a quienes en la vida económica son desiguales, como lo son, por una parte, el proveedor y, por la otra, el consumidor, tutelando los intereses de éste, al considerarlo como parte débil frente al proveedor. En tal virtud, dicho ordenamiento crea un régimen jurídico singular y contiene disposiciones que constituyen excepciones a las reglas generales establecidas en la legislación civil y mercantil, de suerte que debe ser interpretado restrictivamente, por lo que no puede ser aplicado a caso alguno que no esté expresamente especificado en el mismo, como lo dispone el artículo 11 del Código Civil para el Distrito Federal. En consecuencia, como la Ley Federal de Protección al Consumidor es protectorista de los intereses del consumidor, sólo es aplicable a las relaciones jurídicas en las que intervengan tanto un proveedor como un consumidor y, en consecuencia, no quedan sujetos a ella los actos en los que las partes carezcan de tales cualidades, entendiéndose por proveedor a los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, los organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución de bienes y prestación de servicios a consumidores, y por consumidor a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios, de acuerdo con las definiciones contenidas en los artículos 2o. y 3o. de dicha ley.

CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Novena Época:

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

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

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

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Amparo directo 2140/95.-Armando Quintero Martínez.-29 de junio de 1995.-Unanimidad de votos.- Ponente: Mauro Miguel Reyes Zapata.-Secretaria: R. Reyna Franco Flores.

Amparo directo 74/96.-Feliciano Jesús Jurado Chein.-4 de julio de 1996.-Unanimidad de votos.- Ponente: Gilda Rincón Orta.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo IV, agosto de 1996, página 475. Tribunales Colegiados de Circuito, tesis 1.4o.C. J/8; véase la ejecutoria en la página 476 de dicho tomo.

**43.- ARRENDAMIENTO. ARTÍCULO ÚNICO DEL DECRETO DE 17 DE SEPTIEMBRE DE 1993, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL DÍA 23 SIGUIENTE, QUE MODIFICÓ LOS ARTÍCULOS TRANSITORIOS DEL DECRETO DE 21 DE JULIO DE 1993, POR EL QUE SE REFORMARON EL CÓDIGO CIVIL, EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTOS CIVILES Y LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, NO VIOLA EL ARTÍCULO 13 CONSTITUCIONAL POR NO TRATARSE DE UNA LEY PRIVATIVA.-**

El artículo único del decreto de diecisiete de septiembre de mil novecientos noventa y tres reformó los plazos para la entrada en vigor de las reformas al Código Civil, Código de Procedimientos Civiles y Ley Federal de Protección al Consumidor, así como el señalamiento de las normas que debían regir los juicios y procedimientos judiciales y administrativos en trámite, contenidos en el referido decreto de veintuno de julio de mil novecientos noventa y tres. El artículo único del primero de los indicados decretos, en su punto segundo estableció que las disposiciones del diverso decreto de reformas a los ordenamientos citados, se aplicarían a partir del diecinueve de octubre de mil novecientos noventa y tres. Únicamente cuando se trate de inmuebles que: I. No se encuentren arrendados al diecinueve de octubre de mil novecientos noventa y tres; II. Se encuentren arrendados al diecinueve de octubre del mismo año, siempre que sean para uso distinto del habitacional, o III. Su construcción sea nueva, siempre que el aviso de terminación sea posterior al diecinueve de octubre del citado año. Las anteriores disposiciones no son violatorias del principio de igualdad creando una ley privativa, porque la Suprema Corte de Justicia constantemente ha sostenido que la ley privativa se caracteriza porque pugna con el sistema de generalidad en cuanto a su observancia y porque sólo tiene efectos sobre determinadas personas y cosas, individualmente determinadas; así podría afirmarse que la ley es privativa, si la materia de que se trata desaparece después de aplicarse a un caso previsto de antemano o si menciona individualmente a las personas a las que se va a aplicar, empero, el decreto que se reclama se aplica sin consideración de especie o de personas a todos los casos que previene, además de que no comprende a un determinado número de individuos, sino a todos los que se encuentren o lleguen a encontrarse en la clasificación establecida por el decreto, o sea, que se aplica por igual a todas las personas que tengan arrendamiento de local comercial o industrial pero no sólo a algunos en particular, de ahí que, tal ordenamiento goza de las características de generalidad y abstracción.

Amparo directo en revisión 1764/94.-Automotores de México, S.A. de C.V.-15 de mayo de 1995 - Unanimidad de ocho votos.-Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano.-Secretaria: Alejandra de León González.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época. Tomo II, agosto de 1995, página 68, Pleno, tesis P. XLI/95.

**44.- COMPRAVENTA EN ABONOS. CUANDO LOS INTERESES NO FORMAN PARTE DEL PRECIO.-**

Por regla general, el precio estipulado en una compraventa mercantil no se integra con los intereses convenidos con motivo del plazo otorgado al comprador para su pago, pues mientras el primero consiste en la suma determinada de dinero fijada como contraprestación por el bien objeto del contrato, estos constituyen una compensación por el diferimiento del pago al vendedor, y

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ambos conceptos se distinguen claramente en el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el que se establece como una de las obligaciones a cargo del proveedor informar al consumidor, y en su caso, hacer constar en el contrato relativo, el precio de contado del bien objeto de la venta, el monto de los intereses, la tasa a que éstos se calculan, el total de los intereses a pagar, el número de pagos a realizar, su periodicidad, la cantidad total a pagar por el bien y el derecho que tiene a liquidar anticipadamente el crédito, con la consiguiente reducción de los intereses, de esta manera, se excluye la posibilidad de considerar que estos formen parte del precio. Esta conclusión se corrobora con el hecho de que en caso de cubrirse anticipadamente el saldo, de acuerdo a lo pactado y a lo dispuesto en el precepto invocado, no pesaría sobre el consumidor la obligación de pagar íntegramente la suma correspondiente al total de los abonos convenidos, en los que se incluyeron los intereses, puesto que al no hacer uso del plazo o de una parte del mismo, no se devengarían éstos, y podría liberarse mediante el pago de dicho saldo, lo que evidencia que los intereses no se encuentran incorporados al precio. Por tanto, la circunstancia de que en el contrato, una vez cubierto el enganche, se hubiera estipulado que se devengaría un interés anual determinado sobre saldos insolutos computados por semestre y que el total importaría una cierta cantidad que debería cubrirse en un número específico de abonos periódicos, no puede conducir a la conclusión de que el precio del objeto de la compraventa corresponde a la suma del enganche más el saldo del precio con los intereses, porque debe entenderse que al indicarse el monto total de la cantidad que debía cubrir el comprador no se fija un precio incrementado por razón del plazo, sino únicamente se señaló cuál sería la suma a pagar, incluyendo los intereses, que constituyen una prestación accesorias con la cual se compensa al vendedor por diferimiento del pago, pero que es independiente del precio.

#### CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 283/85.-María Dolores Ramírez de Delgado.-2 de mayo de 1986 -Unanimidad de votos.-Ponente: Leonel Castillo González.-Secretario: Patricio González Loyola Pérez.

Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volúmenes 205-216, Sexta Parte, página 116, Tribunales Colegiados de Circuito.

#### 45.- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. SUS ARTICULOS 1o. Y 59. FRACCIÓN VIII, INCISO H) NO DEROGARON LOS ARTICULOS 81 Y 260 DEL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTOS CIVILES PARA EL DISTRITO FEDERAL.-

No existe contradicción ni contradicción entre lo dispuesto en los artículos 1o. y 59, fracción VIII, inciso H) de la Ley Federal de Protección al Consumidor y las disposiciones consignadas en los artículos 81 y 260 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, en razón de que, mientras las primeras determinan la inadmisibilidad de las demandas relativas a cuestiones que sean materia de una queja que se encuentre en trámite en la Procuraduría Federal del Consumidor, así como que esa norma se aplicará a pesar de que exista otra en contrario en distinta ley, sin preceptuar que en los juicios que se promueven debe invocarse de oficio ese hecho cuando el Juez tenga conocimiento de él, aunque no se hubiera invocado como excepción oportunamente, en los preceptos procesales invocados no se contradice o contraría lo referente a la inadmisibilidad de las demandas en el supuesto indicado, aunque sí se impone un diverso requisito consistente en que el hecho se invoque como excepción oportunamente en el juicio. Luego entonces, si no existe la contradicción o contradicción, es claro que los mandamientos procesales de merito no fueron derogados por la citada ley federal.

#### CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 3049/88.-Imelda García de Martínez.-10 de noviembre de 1988.-Unanimidad de votos.-Ponente: Leonel Castillo González.-Secretario: José Juan Bramamontes Cuevas.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo II, Segunda Parte-1, julio a diciembre de 1988, página 322, Tribunales Colegiados de Circuito.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**46.- COMPETENCIA EN UN JUICIO EN EL QUE SE DEMANDA AL ORGANISMO DESCENTRALIZADO PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. CORRESPONDE AL FUERO FEDERAL.-**

Si en un juicio se demanda al organismo descentralizado mencionado, la competencia para conocer del mismo, corresponde al fuero federal, al presentarse las hipótesis previstas por los artículos 104 constitucional y 54 de la Ley Organica del Poder Judicial de la Federación, para que su conocimiento corresponda a los tribunales federales y, en concreto, las establecidas respectivamente, en las fracciones III del precepto constitucional y IX del secundario, en virtud de que el legislador ordinario, en el artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, estableció que compete a los tribunales federales el conocimiento de los juicios en que sea parte el organismo descentralizado a que se hace referencia.

Competencia civil 168/92.-Suscitada entre los Jueces Segundo de Distrito en el Estado de Yucatán y Segundo de lo Civil y de Hacienda del mismo Estado.-5 de octubre de 1992.-Unanimidad de cuatro votos.-Ausente previo aviso a la presidencia: Miguel Montes García.-Ponente: Mariano Azuela Guitrón.-Secretario: Manuel Armando Juárez Morales.

Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo X, noviembre de 1992, página 50,

Tercera Sala, tesis 3a. LXXXIII/92.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN