

40761

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGÓN

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

“LA NECESIDAD ACTUAL QUE TIENE LA  
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, DE  
CREAR UN DEPARTAMENTO DENTRO DEL  
TERRITORIO DEL DISTRITO FEDERAL, QUE VIGILE  
EL PAGO Y EJECUCIÓN DE LAS MULTAS”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE :  
MAESTRA EN DERECHO  
P R E S E N T A :  
LIC. SILVIA CORONA MARQUEZ

TUTOR: DR. DAVID MANUEL VEGA VERA

ESTADO DE MÉXICO

2005

0342106



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A LA VIDA:**

**Por la oportunidad que me brinda, al llegar a éste momento tan importante en mi vida.**

### **A MIS PADRES:**

**Andrés Corona Cervantes y Georgina Márquez Porras, por su cariño, comprensión y aliento que siempre me han brindado así como por todo su amor apoyo y confianza y porque afortunadamente, aún se encuentran conmigo en éste momento tan importante.**

### **A MI ESPOSO DARIO:**

**Por el apoyo, comprensión, confianza y paciencia que me ha otorgado en todo aquello que siempre he emprendido**

**A MI HIJO ARMANDO ALBERTO:**

**Con especial cariño, esperando que el presente trabajo de investigación, le sirva de ejemplo, y no solamente logre alcanzar un título de médico, sino que continúe toda su vida superándose día con día, te amo.**

**A MIS HERMANOS:**

**JOSE ANTONIO, JORGE, GLORIA Y ANDRES,  
Por el apoyo moral que siempre he recibido de ellos durante toda mi vida.**

**A LA UNAM:**

**A la Universidad Nacional Autónoma de México, le agradezco, la educación y preparación que me brindó desde el momento en que fui aceptada en esa Máxima Casa de Estudios, hasta éste momento, lo que ha traído como consecuencia, una serie de satisfacciones personales, que ninguna otra Institución me hubiese ofrecido tan desinteresadamente.**

**A MIS PROFESORES:**

**A los que fueron mis profesores  
Tanto de licenciatura como de postgrado,  
por compartir conmigo, sus conocimientos  
y enseñanzas.**

**A todos ellos doy las  
gracias por todo lo bueno y por el cariño y aprecio que sienten  
por mi.**

**ATENTAMENTE**

**SILVIA CORONA MARQUEZ.**

**“LA NECESIDAD ACTUAL QUE TIENE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, DE CREAR UN DEPARTAMENTO DENTRO DEL TERRITORIO DEL DISTRITO FEDERAL, QUE VIGILE EL PAGO Y EJECUCIÓN DE LAS MULTAS”**

## **ÍNDICE GENERAL**

### **INTRODUCCIÓN**

**PÁG.**

### **CAPÍTULO I**

#### **I. ANTECEDENTES**

<b>1.1 ANTECEDENTES NACIONALES E INTERNACIONALES-----</b>	<b>1</b>
<b>1.2 CARTA EUROPEA DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES.-----</b>	<b>2</b>
<b>1.3 PROGRAMA PRELIMINAR Y LAS DIRECTIVAS DE LA COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA.-----</b>	<b>4</b>
<b>1.4 SURGIMIENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR- </b>	<b>6</b>
<b>1.5 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR-----</b>	<b>14</b>
<b>1.6 MARCO JURÍDICO -</b>	<b>18</b>
<b>1.6.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS-</b>	<b>27</b>

1.6.2 LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA- .....-29

1.6.3 LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR- ..... - 29

1.6.4 REGLAMENTO Y ESTATUTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR- .....-36

1.7 REFORMAS- .....-55

**CAPÍTULO II**

**II. DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO**

2.1 DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD- .....-85

2.2 DE LAS PROMOCIONES Y OFERTAS- ..... - 88

2.3 DE LAS VENTAS A DOMICILIO, MEDIATAS O INDIRECTAS- .....-89

2.4 DE LOS SERVICIOS- .....-91

2.5 DE LAS OPERACIONES DE CRÉDITO- .....-94

2.6 DE LAS OPERACIONES CON INMUEBLES- ... - 97

2.7 DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LAS TRANSACCIONES EFECUTADAS A TRAVÉS DEL USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS, ÓPTICOS O DE CUALQUIER OTRA TECNOLOGÍA.....-98

2.8 DE LAS GARANTÍAS- .....- 99

<b>2.9 DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN-----</b>	<b>102</b>
<b>2.10 DEL INCUMPLIMIENTO-----</b>	<b>103</b>
<b>2.11 DE LA VIGILANCIA Y VERIFICACIÓN-----</b>	<b>105</b>

### **CAPÍTULO III**

#### **III.- DERECHO DEL CONSUMO Y SU REGULACIÓN JURÍDICA EN ALGUNOS PAÍSES DEL MUNDO**

<b>3.1 EL DERECHO DEL CONSUMO EN VALENCIA ESPAÑA-----</b>	<b>108</b>
<b>3.2 EL DERECHO DEL CONSUMO EN ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA-----</b>	<b>115</b>
<b>3.3 EL DERECHO DEL CONSUMO EN DIVERSOS PAÍSES EUROPEOS---</b>	<b>116</b>
<b>3.3.1 ALEMANIA-----</b>	<b>116</b>
<b>3.3.2 BELGICA-----</b>	<b>118</b>
<b>3.3.3 INGLATERRA-----</b>	<b>119</b>
<b>3.3.4 FRANCIA-----</b>	<b>121</b>
<b>3.3.5 SUECIA-----</b>	<b>124</b>
<b>3.4 EL DERECHO DEL CONSUMO EN ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA-----</b>	<b>125</b>
<b>3.4.1 ARGENTINA-----</b>	<b>126</b>
<b>3.4.2 BRASIL-----</b>	<b>126</b>
<b>3.4.3 BOLIVIA-----</b>	<b>127</b>
<b>3.4.1 URUGUAY-----</b>	<b>127</b>



**3.5.5 NICARAGUA-----127**

**3.5 EL DERECHO DEL CONSUMO EN MÉXICO-----128**

**CAPÍTULO IV**

**IV.- PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO ANTE LA  
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR-----141**

**4.1.- ASESORAMIENTO Y ELABORACIÓN DE LA QUEJA DE LOS  
CONSUMIDORES, SI ÉSTA ES PROCEDENTE----- 141**

**4.2 PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO-----142**

**4.3 PROCEDIMIENTO POR INFRACCIONES A LA LEY-----144**

**4.4 REMISION Y EJECUCIÓN DE MULTAS ADMINISTRATIVAS A LA  
SECRETARIA DE FINANZAS CORRESPONDIENTES-----145**

**4.5 PROCEDIMIENTO SEGUIDO POR LA SECRETARÍA DE FINANZAS DEL  
DISTRITO FEDERAL, UNA VEZ QUE RECIBEN LAS MULTAS IMPUESTAS,  
PARA SU EJECUCIÓN----- 151**

**PROPUESTAS: "LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO, DENTRO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, DE COLABORACIÓN Y VIGILANCIA EN EL COBRO DE MULTAS IMPUESTAS POR LA PROFECO, REQUERIDAS POR LA TESORERÍA DEL DISTRITO FEDERAL" -----155**

**CONCLUSIONES----- 164**

**BIBLIOGRAFÍA-----169**

## INTRODUCCIÓN

Con la creación de la Procuraduría Federal del Consumidor, como órgano desconcentrado de la Secretaría de Industria y Comercio, en la actualidad, Secretaría de Economía, se pretendió proteger a un sector muy importante de la población, esto es, al público consumidor, que somos todos, desde que llegamos a éste mundo, hasta que termina nuestra existencia.

Desde que nacemos somos consumidores, aunque no directamente, si formamos parte del sistema consumista que rige en nuestro país, el cuál, antes de surgimiento de la Profeco, incurría en abusos por parte de los proveedores, los que en muchas ocasiones se aprovechaban de la inexperiencia, ignorancia o suma necesidad del consumidor.

La Profeco, como órgano administrativo, tiene como normatividad, el proteger al consumidor, mediante la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor y dentro de sus atribuciones se encuentran la de poder solicitar a la Secretaría de Economía, la creación de Normas Oficiales, que sujeten a proveedores que prestan determinados servicios y bienes, a regirse por ciertas reglas que redundan en beneficio de los consumidores.

Como ejemplo de lo anterior tenemos, el acuerdo que establece las bases mínimas de información para la comercialización de los servicios educativos que prestan los particulares, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día diez de marzo del año de mil novecientos noventa y dos, en el cuál se establece, en el artículo primero, que dichas disposiciones regirán para todos los particulares prestadores de servicios educativos de tipo elemental y medio, con autorización o reconocimiento Oficial.

Asimismo el artículo quinto de dicho Acuerdo, establece las obligaciones que tienen los prestadores de servicios educativos y entre ellas se encuentra la fracción cuarta que se refiere a la obligación que tiene el prestador de servicios educativos, de devolver los montos pagados por inscripciones o reinscripciones íntegra e ineludiblemente, cuando se le avise cuando menos dos meses antes del inicio de clases, en los ciclos escolares de un año, y de un mes en ciclos menores, que el estudiante no participará en el siguiente periodo escolar, situación que con anterioridad no se presentaba, toda vez que cuando un padre de familia inscribía a su hijo en alguna escuela particular, y éste decidía no continuar con dicho servicio, el proveedor o prestador de servicio, no reembolsaba cantidad alguna por concepto de inscripción o reinscripción, resultando el consumidor afectado en su economía.

Otro ejemplo de protección al consumidor por parte de la Profeco, la tenemos en la Norma Oficial Mexicana número NOM-036-SCFI-1994, publicada el día trece de julio del año mil novecientos noventa y cuatro, que contiene los elementos informativos para la contratación de servicios funerarios, en la que se establece las obligaciones que tienen las agencias funerarias al celebrar el contrato de prestación de servicios, con el público consumidor, lo que anteriormente no se protegía, ocasionando gastos de mas, con los que no contaban los deudos.

Además de las Normas Oficiales Mexicanas, expedidas por la Secretaría de Economía, que sirven a la Procuraduría Federal del Consumidor, como apoyo, en la defensa de los consumidores, tenemos también, los Contratos de Adhesión, los cuáles se encuentran regulados dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el Capítulo Décimo, los cuáles consisten en lo siguiente:

Cuando algún microempresario, o pequeño empresario, inicia sus operaciones y decide, elaborar un contrato de adhesión, el cuál empleará en sus

transacciones comerciales, con el público consumidor, tiene la opción de registrarlo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, en la unidad administrativa denominada Registro Público de Contratos de Adhesión, en donde, abogados dictaminadores de la Profeco, revisarán que dicho contrato no contenga cláusulas que lesionen la economía de los consumidores y que sean contrarias a lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y una vez que el contrato ha sido dictaminado, se procede a su Registro.

La Procuraduría Federal del Consumidor, cuenta y regula éstas formas de protección al consumidor, en la Ley Federal de Protección al Consumidor, cuya inobservancia por parte de los proveedores, es sancionada mediante medidas de apremio y multas, las cuáles son ejecutadas por un órgano diverso a la Profeco, esto es, por la Tesorería del Distrito Federal.

Es ahí en donde surge el problema, toda vez que, ya que se impone una sanción y se gira al Tesorero del Distrito Federal, a efecto de que la ejecute, éste dilata su obligación, por una u otra circunstancia, que en palabras coloquiales, podemos nombrarlo Burocracia, haciendo que la conciliación que se realiza dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, no sea tan eficaz como se deseara, en virtud de que la imposición de multas por parte de la Profeco, tienen como finalidad, el presionar de alguna manera, a los proveedores, y de que éstos, accedan a llegar a un arreglo conciliatorio con el consumidor, y si, éstas son ejecutadas hasta después de tres o cuatro años, la efectividad de la Profeco se reduce.

Por ello, es conveniente crear un departamento, que vigile el pago y ejecución de las multas impuestas por la Procuraduría Federal del Consumidor, el cuál dependería directamente de ésta, y quedaría regulado por el Reglamento de la Profeco, en el Capítulo Primero, artículo cuarto, parte final, quedando de la siguiente manera:

Artículo 4.- La Procuraduría contará con las siguientes unidades administrativas:

Fracción XXV.- Departamento de Colaboración y Vigilancia en el cobro de multas impuestas por la Procuraduría Federal del Consumidor y ejecutadas por la Tesorería del Distrito Federal.

Para llegar a dicho objetivo general, analizaré el surgimiento y la estructura jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor, con la finalidad de demostrar, que no existe dentro de las Unidades Administrativas con que cuenta ésta, algún organismo o unidad, de éste tipo, que desarrolle o desempeñe la función que se pretende implementar.

El marco jurídico en que descansa la Procuraduría Federal del Consumidor, nos establece el tipo de organismo del que se trata, esto es, una institución descentralizada de la Secretaría de Economía, perteneciente a la Administración Pública Federal, cuyo sustento jurídico lo encontramos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, específicamente en el artículo 28 Constitucional, párrafos segundo y tercero, así como las diversas leyes que sirvieron de apoyo al nacimiento de lo que es la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En el Capítulo primero, por lo que respecta a la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento y el Estatuto de la misma, se realizará un análisis de los diversos procedimientos que regula, las unidades administrativas con que cuenta y las atribuciones que cada una de las Unidades desempeña, con la finalidad de corroborar que, no obstante que la Ley en mención, así como su reglamento y estatuto, han sufrido reformas a través de los años, no existe ninguna unidad o departamento que exista y tenga como atribución, el de vigilar que la Tesorería del Distrito Federal, ejecute las multas que impone la Profeco, como el que se pretende implementar con la presente investigación de tesis.

Dentro del Capítulo dos se analizarán los diversos derechos del consumidor que regula la Ley Federal de Protección al Consumidor en México, que van desde la información y publicidad que realizan los diversos tipos de proveedores, las ofertas que ofrecen éstos al público consumidor, los servicios, las operaciones de crédito, las garantías que tienen la obligación de otorgar tanto el fabricante, como el prestador del servicio, de los contratos de adhesión y por último el incumplimiento por parte de los proveedores, que trae como consecuencia, el inicio de los diversos procedimientos administrativos con que cuenta la Procuraduría Federal del Consumidor y que dichos juicios o procedimientos se encuentran sujetos a la imposición de multas o sanciones que las atribuciones de la propia Ley le otorga.

En el Capítulo Tercero, se analizará el derecho del consumo y su redacción jurídica en algunos países del mundo, tales como, los pertenecientes al Continente Europeo, los cuáles forman parte de una comunidad, cuyas instituciones han sentado en distintas ocasiones los oportunos criterios amortizadores, como fiel trasunto de la unánime preocupación de la protección e información de quienes son destinatarios finales del mercado y bienes y servicios en situación de eventual indefensión o inferioridad.

La Ley, por tanto, se dirige a regular la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, dentro del ámbito territorial de su Comunidad, con la esperanza de que constituya un valioso y eficaz instrumento de protección jurídica.

Dentro de los aspectos fundamentales de esta norma cabe destacar la protección del movimiento asociativo y de autoorganización de los consumidores, mediante su apoyo técnico y financiero, el favorecimiento de su educación e información y la representación, participación y audiencia a través de las

asociaciones legalmente articuladas, que se integran en un órgano especial, Consejo Asesor de Consumo, previsto en la Ley para esos efectos.

Así mismo, conscientes de que los ataques a los derechos del consumidor trascienden más allá del simple plano individual y afectan a los propios intereses generales de la colectividad, la Ley, no puede descuidar el establecimiento de un adecuado régimen sancionador con el cuál, poder otorgar legítima respuesta jurídica a cuantas conductas eludan los mandatos de la norma.

En lo concerniente a los derechos del consumidor en algunos países de América Latina, surge en el año de 1960, la Organización Internacional de las Uniones de Consumidores que ha venido luchando desde su fundación. A efecto de estimular al consumidor y reconocer la contribución que es aportada por las organizaciones de consumidores.

La Organización Internacional de las Uniones de Consumidores, ha recomendado que las disposiciones y mecanismos que se deben de establecer y reforzar, serán aquellos que tomen en consideración las necesidades de proteger a los consumidores que cuentan con muy bajos niveles de ingresos económicos y que viven en condiciones desfavorables.

Como podemos observar, cada Continente crea sus propias Uniones u Organizaciones, con la finalidad de proteger de alguna manera a los consumidores, lo que en nuestro país no sucede, toda vez que se rige por lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y las Normas Oficiales Mexicanas para su legal aplicación de la misma.

En el Capítulo Cuarto se realizará, una síntesis, de lo que viene a ser, el procedimiento administrativo seguido ante la Procuraduría Federal del Consumidor, el cuál se encuentra regulado por la Ley Federal de Protección al Consumidor, desde el momento en que el quejoso comparece a presentar su



reclamación ante ésta, así como el o los procedimientos que se siguen hasta su total conclusión, con la finalidad de demostrar que, no obstante el arduo trabajo que desempeña la Profeco, en bienestar de los consumidores, éste no se ve cumplimentado al 100%, toda vez de que, no obstante de la existencia de convenios de colaboración con otras dependencias de Gobierno, tanto en el Distrito Federal, como con las entidades federativas, en éste caso, en específico, nos referimos a la Tesorería del Distrito Federal, ésta, no desempeña como debería su función, consistente en que las multas que impone la Profeco a los proveedores que incumplen con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, sean ejecutadas en el término que establece el artículo 85 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de aplicación supletoria a la Ley de la Materia, esto es, quince días después de que el proveedor fue notificado de dicha sanción y éste no hubiere interpuesto ningún medio legal de defensa, motivo por el cuál sugerimos la creación de un departamento, dependiente de la Procuraduría Federal del Consumidor, que vigile la ejecución de dichas sanciones.

Cabe mencionar que, la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, es un organismo descentralizado de servicio social, que 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, para lo cuál, se encuentra establecida en delegaciones en todas las entidades federativas y el Distrito Federal, sitios o lugares en los que se llevan a cabo los procedimientos administrativos que la Ley le encomienda y como consecuencia, la imposición de las multas.

Tratándose del Distrito Federal, la Procuraduría Federal del Consumidor, en el ámbito de su competencia, celebró un Convenio de Colaboración Administrativo en Materia Fiscal Federal, con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Servicio de Administración Tributaria, con la finalidad de que sea la

Tesorería del DF, la encargada de ejecutar las multas federales, no fiscales, que imponga la Profeco.

Por lo que, considero conveniente, que se cree un departamento por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, que se encargue de vigilar el cumplimiento y ejecución de las multas administrativas impuestas por la Profeco, en el Distrito Federal, a efecto de obtener mayor efectividad en la resolución de las quejas interpuestas por los consumidores.

Durante la presente investigación, utilizaremos diversos métodos de investigación, con la finalidad de llegar a la conclusión, de la necesidad de crear un departamento, dependiente de la Procuraduría Federal del Consumidor, encargado de vigilar el cumplimiento de la ejecución de las multas impuestas por la misma Profeco, dentro de los principales tenemos el método sociológico, toda vez que, la Procuraduría Federal del Consumidor, es un organismo descentralizado de servicio social, encargado de proteger al público consumidor, el método histórico, con la intención de remitirnos al surgimiento de la Procuraduría, a los motivos que orillaron a su creación, a sus antecedentes, esto es, las instituciones que se crearon anteriormente, con la finalidad de proteger a los consumidores, como fue el surgimiento de la Procuraduría de los Pobres etc., el método documental, por lo que se refiere a los derechos del consumidor en nuestro país, y el cuál observamos en el Capítulo II, por los métodos sintéticos, fenomenológicos, toda vez que, se trata de un fenómeno social, el método comparativo, al realizar una investigación de cómo se realiza la protección al consumidor en diversos países tanto del Continente Europeo como del Americano, el método inductivo, al habernos planteado la hipótesis del presente trabajo de investigación, el método deductivo, que es utilizado en el Capítulo IV.

Por último se llegará a la propuesta final, esto es, el establecimiento de un departamento, encargado de vigilar el cumplimiento y ejecución por parte de la Tesorería del Distrito Federal, de las multas que impone la Procuraduría Federal

del Consumidor, que no obstante que existe un convenio como ya se mencionaba párrafos arriba, entre ambas partes, no siempre se cumple, haciendo del trabajo que desempeña la Procuraduría, infructuoso y pérdida de tiempo, toda vez que no se obtiene una solución al problema existente entre la parte consumidora y el proveedor, no cumpliéndose la finalidad para la cuál fue creada la Profeco, esto es, proteger los derechos del público consumidor.

La función de dicho departamento sería, la de constatar que las sanciones que impone la Profeco, a los proveedores que incumplen con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el Distrito Federal, sean ejecutadas dentro del término establecido, esto es, quince días después de que le es notificada dicha multa al proveedor y éste no interpone algún medio legal de defensa, como lo establece el artículo 83 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Otra de las funciones de éste organismo sería la de subsanar los errores que por una o otra razón, impidan la ejecución de la multa, como podría ser, que el domicilio fiscal de la parte proveedora, no sea el correcto, y que viene establecido en la multa, que el proveedor hubiese cambiado de denominación social, pero que el propietario siga siendo el mismo, que, en colaboración con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, trate de localizar al proveedor que hubiese cambiado de domicilio, etc.

# **CAPÍTULO I**

## **I ANTECEDENTES**

### **1.1 ANTECEDENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.**

El antecedente Nacional mas lejano, se remonta al establecimiento, por disposición de Ley del Congreso del Estado, en 1847, de la Procuraduría de los pobres de San Luis Potosí, por Don Ponciano Arriaga.

Esta Procuraduría se ocupaba de la defensa de campesinos y personas desvalidas, que hubieran sufrido algún agravio por parte de alguna Autoridad, con facultades para denunciar y solicitar las reparaciones que correspondiera.

En ésta época, los derechos se hacían derivar de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores, con base en el Código de Comercio o el Código Civil, los cuáles en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaban en el principio de la autonomía de la voluntad o de libertad de estipulaciones.

El consumidor, con su poca información sobre bienes y servicios del mercado, y sobre sus derechos y obligaciones, debía enfrentar solo sus relaciones de consumo con proveedores que contaban con mayor información y experiencia.

Con posterioridad a ésta Procuraduría, los derechos del consumidor en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, fueron reconocidos sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX.

Lo anterior se debió principalmente a ciertos movimientos que se dieron a nivel de los Estados Unidos de Norte América, provocados entre otros factores,

por el aumento de los precios, y los escándalos relativos a sustancias farmacéuticas.

En el mes de marzo de 1962, el presidente John F. Kennedy, propuso el derecho a ser informado como un derecho fundamental de los consumidores y dentro de éste contexto se comprende, el derecho a conocer el verdadero costo de los intereses en las operaciones a crédito; el costo real por unidad de productos de diversas marcas en competencia; los ingredientes fundamentales de un producto; las cualidades nutritivas de los productos alimenticios, las fechas de elaboración de los productos, así como sus respectivas fechas de caducidad, etc.

En el decenio de los sesenta, esto es, antes del surgimiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, el movimiento de los consumidores se extiende también a los países europeos.

Surgen asociaciones privadas de consumidores; se imprimen revistas y artículos en defensa de los consumidores; aparecen las primeras transmisiones radiofónicas y televisivas dedicadas a la información y a la educación de los consumidores; se realizan congresos, mesas redondas, debates sobre la posición del consumidor y sus derechos, se crean organismos administrativos para la tutela de los intereses de los consumidores en Francia, Inglaterra, Suecia y Holanda.

## **1.2 LA CARTA EUROPEA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

En el año de 1973, la Asamblea Constitutiva del Consejo Europeo, emitió la resolución 543/73, con la que aprobó el texto definitivo de la Carta Europea de los Consumidores, reconociendo cuatro derechos fundamentales de los consumidores:

A).- "El derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores, que se debe manifestar, según las directivas del Consejo de Europa, en un fácil acceso a la justicia y en una racional administración de la misma. Además, los consumidores deben ser protegidos de todo daño, económico o material, provocado por bienes de consumo.

B).- El derecho a la reparación del daño que soporte el consumidor por la circulación de productos defectuosos, o por difusión de mensajes engañosos o erróneos. En éste sentido, la Carta señala que los ordenamientos de los países miembros del Consejo de Europa, deberán establecer "reglas generales que provean a la seguridad de los bienes y servicios", que instituyan controles sobre los productos del mercado y sobre su composición y etiquetado; y que protejan los intereses económicos de los consumidores con controles sobre las condiciones generales de contratación. En la Carta se invita a cada país miembro a una revisión periódica de la legislación en materia de prácticas comerciales desleales, y, en general, de todas las prácticas que resulten abusivas, incorrectas o poco deseables desde la perspectiva de la protección al consumidor.

C).- El derecho a la información y a la educación que la Carta prevé no sólo para la obtención, por parte del consumidor, de informaciones correctas sobre la calidad de los productos, sino también para verificar la identidad de los proveedores y para cualquier otro aspecto del producto, el cual deberá poder ser usado "con toda seguridad y con plena satisfacción", por el consumidor.

D).- El derecho de los consumidores a organizarse en asociaciones y a ser representados en diversos organismos, para expresar opiniones sobre decisiones políticas y económicas inherentes a la disciplina del consumo. Al lado de éstas organizaciones de consumidores, cada país deberá instituir una "autoridad fuerte, independiente y eficaz, que represente a los consumidores y a las categorías comerciales", con facultades tanto para expresar pareceres a los órganos legislativos y gubernativos sobre todos los problemas de tutela de los

consumidores, cuanto para aplicar la Ley y los reglamentos destinados a regular las operaciones de mercado desde la perspectiva de dicha tutela.”<sup>1</sup>

### **1.3 EL PROGRAMA PRELIMINAR Y LAS DIRECTIVAS DE LA COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA**

El 14 de abril de 1975, el Consejo de las Comunidades Europeas aprobó el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea, para una Política de Protección e Información a los Consumidores, que ordenó en forma sistemática todas las iniciativas para la tutela del consumidor. En el programa se reconocieron cinco derechos fundamentales del consumidor:

A).- “El derecho a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores. Los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición del consumidor deben ser tales que, utilizados en condiciones normales o previsibles, no presenten peligros para su salud o seguridad; cuando sí presenten tales peligros, deben poder ser retirados del mercado con procedimientos rápidos y sencillos. De manera general, los riesgos que pueden provenir de un uso previsible de los bienes y servicios, tomando en cuenta su naturaleza y las personas a las cuáles son destinadas, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores por medios apropiados. El consumidor debe ser protegido contra las consecuencias de daños corporales causados por mercancías y productos defectuosos provistos por productores de bienes y prestadores de servicios.

B).- El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores. Los compradores de bienes o servicios deben ser protegidos contra los abusos de poder del proveedor; en particular, contra los contratos tipo,

---

<sup>1</sup> José Ovalle Favela, Derechos del Consumidor, Cámara de Diputados LVIII Legislatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2001, Pág. 6

(o de adhesión), establecidos unilateralmente, la exclusión abusiva en los contratos de derechos básicos, las condiciones abusivas de crédito, el requerimiento de pago de mercancías no ordenadas y los métodos de venta agresivos. El consumidor debe ser protegido contra los daños provocados a sus intereses económicos por un producto defectuoso o un servicio deficiente. La presentación y promoción de bienes y servicios, incluyendo los servicios financieros, no deben ser concebidos de forma que engañen, directa ni indirectamente, a la persona a la que se le ofrecen o a través de la que se solicitan. Ninguna forma de publicidad visual o auditiva debe inducir a error al cliente potencial del producto o del servicio.

El autor de cualquier tipo de publicidad debe poder justificar la veracidad de lo que afirma por medios apropiados. Todas las informaciones proporcionadas en la etiqueta, tanto en el lugar de venta como en la publicidad, deben ser exactas. El comprador de bienes de consumo duradero debe poder beneficiarse de un servicio posventa satisfactorio, el cuál debe comprender la obtención de las piezas de recambio o refacciones que sean necesarias para efectuar las reparaciones. La gama de las mercancías puesta a disposición del consumidor debe ser tal que permita a éste hacer una elección adecuada.

C).- El derecho a la reparación de los daños. El consumidor debe recibir asesoramiento y asistencia en materia de quejas y en caso de perjuicios sufridos debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes. Tiene derecho además, a una justa reparación de tales perjuicios por medio de procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos.

D).- El derecho a la información y a la educación del consumidor. Por una parte, el comprador de bienes o servicios debe disponer de una información suficiente que le permita conocer las características esenciales de los bienes y servicios que se le ofrecen, tales como su naturaleza, calidad, cantidad y precio; hacer una elección racional entre los bienes y servicios que compiten en el



mercado, utilizar con plena seguridad y de modo satisfactorio dichos bienes y servicios; así como reclamar la reparación de los perjuicios eventuales que resulten de los productos o servicios recibidos. Por otra parte, se deben poner oportunos medios educativos a disposición tanto de los niños, como de los jóvenes y adultos, para que puedan actuar como consumidores informados, conscientes de sus derechos y responsabilidades, capaces de elegir con claridad entre los bienes y servicios.

E).- El derecho a la representación (derecho a ser escuchado). Los consumidores deben ser consultados y oídos cuando se preparen las decisiones que les conciernen, en particular, a través de las asociaciones interesadas en la protección e información de los consumidores.”<sup>2</sup>

Lo anterior sirvió de base, para que en el año de 1975, el entonces Presidente de la República, el C. Luis Echeverría Álvarez, sometiera a consideración del Congreso de la Unión, una iniciativa de Ley, tendiente a proteger a los más desvalidos, con los parámetros descritos.

#### **1.4 SURGIMIENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

El 26 de septiembre de 1975, el entonces presidente de la República el C. Luis Echeverría Álvarez, sometía a la consideración del Congreso de la Unión, una iniciativa de Ley, que tomando en cuenta los arduos trabajos del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario y de la Secretaría de Industria y Comercio, cuyo titular era en ese entonces el C. José Campillo Sainz, proponía un nuevo ordenamiento jurídico en el marco del Derecho Social.

“Desde que el proceso inflacionario mundial comenzó a incidir en nuestro país, las organizaciones de trabajadores, plantearon al Ejecutivo Federal, la

---

<sup>2</sup> Ibidem Pág. 7

urgencia de tomar medidas tendientes a la protección del poder adquisitivo de los grupos de menor ingreso.

Es indiscutible que el consumidor se encontraba desprotegido ante prácticas que le impone la relación comercial y que implican tanto la renuncia de derechos como la aceptación de condiciones inequitativas. Estimular la conciencia cívica y dotar al pueblo de los instrumentos necesarios para su defensa, es deber del Gobierno que no puede permanecer indiferente ante injusticias reiteradas que mermen el ejercicio de las libertades humanas”<sup>3</sup>

Con éste ordenamiento habría de nacer una nueva labor Institucional en beneficio dela población consumidora que significaría también, el surgimiento de las Instituciones Administrativas necesarias para la aplicación de la Normatividad de reciente aparición.

Por tal motivo, el 28 de noviembre del mismo año, compareció el entonces secretario de la llamada Secretaría de Industria y Comercio, en la actualidad, Secretaría de Economía, para explicar la iniciativa de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En dicha comparecencia argumentó que la Ley Federal de Protección al Consumidor que el señor Presidente de la República, había sometido al Honorable Congreso de la Unión, respondía a necesidades apremiantes de esa época y a los objetivos que se había trazado la actual administración para hacer más justa la vida colectiva y para ampliar las normas tutelares a favor de las mayorías.

La necesidad de proteger al consumidor se había hecho sentir ya en numerosos países del mundo, en los que se habían expedido normas y creado

---

<sup>3</sup> Revista de Administración Pública N° 97, México 1998, “Las Nuevas Procuradurías”, Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Pág. 30

instituciones que defendían al consumidor, países como Suecia, Inglaterra, Alemania, Francia, Dinamarca, España, Canadá, Estados Unidos de Norteamérica, etc.

Así mismo, a efecto de demostrar al H. Congreso, que el aceptar la propuesta de Iniciativa que el señor presidente en ese entonces, Licenciado Luis Echeverría Álvarez, había puesto a su consideración, no solamente se daba en nuestro país, sino en Europa, toda vez que, La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, el 16 de mayo de 1973, ya había aprobado una carta de protección a los consumidores para la Comunidad Europea, y entre los derechos básicos que se consignaron en dicha Carta, estaba el proteger contra los abusos del poder del vendedor, el de garantizar su derecho a la reparación de daños, el de impartirle asesoría para el ejercicio de sus derechos, el de garantizar su derecho a una información veraz y suficiente, así como a la educación, a la representación y a la consulta.

La iniciativa de Ley propuesta, se complementó con disposiciones contenidas en ordenamientos tales como la Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en materia económica, el Decreto de 3 de octubre de 1974, que regula la fijación de precios, el Código Sanitario, el Código de Comercio, etc.

En ese orden de ideas se presentó la Iniciativa de Ley ante el H. Congreso de la Unión, para su aprobación, detallando capítulo por capítulo que contiene dicha Ley Federal de Protección al Consumidor y la forma en la que ésta, protegería los derechos del consumidor.

En nuestro país se llevó a cabo un gran esfuerzo en la promoción de la actividad económica, la cuál alcanzó un crecimiento en la producción de bienes y servicios. Se consideró necesario indicar cambios en los sistemas de intermediación de mercancías y servicios, lo que ha producido una reducción en la

ganancia del productor ocasionando una lesión en el patrimonio de las clases populares.

Los sistemas modernos de comercio alcanzaron sólo a un sector privilegiado de la población, acentuando el predominio sobre el público consumidor el cual carecía de defensa, en virtud de que se encontraba desprotegido ante prácticas que se imponen en una determinada relación comercial, que ha implicado la renuncia de derechos, así como la aceptación de condiciones inequitativas.

Se observa que en los artículos 28 y 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, derivan las Leyes Reglamentarias que van a proteger a los sectores más débiles de la población. Dentro de nuestro Régimen Constitucional se pretende a través de las garantías sociales, el ejercicio de los derechos humanos esto es que, existe una desigualdad en los sectores sociales y la necesidad de que el poder público intervenga para garantizar en beneficio de los grupos económicamente más débiles la protección que por sí mismos no se pueden dar.

Nuestra soberanía va a retomar algunos preceptos que se encontraban dispersos en la Legislación Civil y Mercantil, ya que se trata de dar unidad a esas normas, ordenarlas dentro de un mismo cuerpo legislativo, en el que se imprime una naturaleza a través de otras disposiciones, que tienden a regular actos de comercio y relaciones entre particulares frente al Derecho Privado, que se funden en el principio de igualdad entre las partes y supone que estas siempre son libres para contratar. El Derecho Social asume la existencia de desigualdades reales entre quienes contratan, lo que no conduce a la justicia y por ello se convierte en una relación entre particulares que afecta los intereses colectivos que ameritan la intervención del Estado. Por consiguiente se ha establecido que dichas disposiciones deberán tener el carácter de irrenunciables e imperativas y en consecuencia no solo podrán derogarse a cualquier disposición que se les ponga, sino que prevalecerán sobre cualquier pacto, costumbre, práctica o uso en

contrario. Se ha establecido que quedarán obligados al cumplimiento de estas normas los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, las empresas de participación estatal, los organismos descentralizados y los organismos del Estado en cuanto desarrollen actividades de producción o comercialización de bienes o prestadores de servicios.

A nivel de consumo con mayor frecuencia se han venido afectando los intereses del consumidor, por lo que se ha propuesto evitar toda publicidad que no corresponda a las características reales del producto, servicio o el ofrecimiento de algunas garantías de prestaciones que no se cumplen, imponiendo a todo proveedor de bienes o servicios la obligación de informar veraz y suficientemente al consumidor y proporcionar el debido cumplimiento a las garantías y ofertas a las que se hubiere obligado o comprometido.

La Procuraduría Federal del Consumidor fue creada para proteger a los consumidores que en su mayoría están en desventaja ante los proveedores de bienes o servicios y no propiamente por sus condiciones económicas sino por las circunstancias de adquisición.

La principal atribución de la Procuraduría, es crear conciencia en los consumidores para el buen aprovechamiento y uso de sus ingresos.

La Procuraduría Federal del Consumidor, se regirá por la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cuál fue presentada en proyecto al Congreso de la Unión en el año de 1974, por el Lic. Luis Echeverría Álvarez, derivado de la necesidad de tener un ordenamiento legal que regulara las relaciones de compraventa de bienes y prestación de servicios, aunado a la defensa del poder adquisitivo de los trabajadores y controlar el acaparamiento y la especulación de los artículos de primera necesidad.

Así, se crearon por Ley, la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor, como órganos descentralizados con personalidad y patrimonio propios.

Al Instituto, se le encomendaron las siguientes funciones:

- 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;
- 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.

A la Procuraduría, a su vez, se le otorgaron las siguientes atribuciones:

- a) Representar los intereses de la población consumidora ante toda clase de autoridades administrativas, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan, encaminados a proteger el interés del consumidor;
- b) Representar colectivamente a los consumidores en cuanto tales, ante entidades u organismos públicos o privados y ante los proveedores de bienes o prestadores de servicios;
- c) Representar a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales, previo el mandato correspondiente, cuando a juicio de la Procuraduría, la solución que pueda darse al caso planteado, llegare a trascender al tratamiento de intereses colectivos;
- d) Estudiar y proponer medidas encaminadas a fortalecer la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo;

- e) Proporcionar asesoría gratuita a los consumidores;
- f) Ejercer, con el auxilio y participación, en su caso, de las autoridades locales, las funciones de inspección y vigilancia en materia de precios y -tarifas acordados, establecidos o autorizados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, así como sancionar su violación y denunciar ante quien corresponda los casos de que tenga conocimiento, por incumplimiento de normas de calidad, peso, medida y otras características de los productos y servicios;
- g) Denunciar ante las Autoridades competentes los casos en que se presuma la existencia de prácticas monopólicas o tendientes a la creación de monopolios, así como las que violen las disposiciones del artículo 28 Constitucional y sus leyes reglamentarias;
- h) Procurar la satisfacción de los derechos a los consumidores conforme a los procedimientos conciliatorio y arbitral;
- i) Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que lleguen a su conocimiento y que puedan ser constitutivos de delito;
- j) Excitar a las autoridades competentes a que tomen las medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores o de la economía popular;
- k) Denunciar ante las autoridades correspondientes, y, en su caso ante el superior jerárquico de la autoridad responsable, los hechos que lleguen a su conocimiento, derivados de la aplicación de esta ley que pueden constituir delitos o infracciones;
- l) Hacer del conocimiento público, cuando lo juzgue conveniente, las excitativas que haga;
- m) Organizar y manejar el Registro Público de Contratos de Adhesión.

Muy pronto, la Procuraduría daría muestras inequívocas de su eficacia. A escasos seis años de su creación contaba ya con 37 oficinas foráneas, había atendido más de tres millones de asuntos y recuperado cerca de diez millones de

pesos en beneficio de la población consumidora. De ésta forma, la protección al consumidor llegó a adquirir auténticas dimensiones de garantía social y así se reconoció en el año de 1983, cuando en el artículo 28 de nuestra Carta Magna, es incorporada por el Constituyente Permanente la siguiente disposición: " La Ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses....." tal es el fundamento constitucional del derecho del consumidor en México.

Sin embargo, las características y complejidad del fenómeno de consumo continuaron evolucionando, por lo que el marco normativo y administrativo tuvo que adecuarse a fin de responder con eficacia a la vertiginosa transformación que en materia experimentaba. Por ello en 1992, es publicada la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, la cuál establecía, entre otras modificaciones sustantivas, las tendientes a mejorar la eficacia de los mecanismos de atención y defensa de los derechos de los consumidores, siendo la más importante, la fusión de los dos organismos existentes.

Al respecto, la exposición de motivos del nuevo ordenamiento explicaba la adopción de esta medida en la siguiente forma: "....La necesidad original de contar con dos organismos para atender las necesidades de los consumidores se ha convertido, a poco más de tres lustros de su creación, en un riesgo de duplicación de instancias administrativas que dificulta al Estado la posibilidad de solucionar los requerimientos de la población consumidora. Por ello la presente iniciativa propone fusionar ambas instituciones en una nueva Procuraduría Federal del Consumidor que fortalezca su presencia en la sociedad y atienda eficaz y oportunamente a la población".<sup>4</sup>

De esta forma, a partir de ese año, desapareció el Instituto Nacional del Consumidor, y la Procuraduría Federal del Consumidor, asumió plenamente la importante encomienda de unificar y mejorar los mecanismos de prevención y

---

<sup>4</sup> Revista de Administración Pública N°. 97, México 1998, "Las Nuevas Procuradurías", Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Pág. 53



sanción, logrando así fortalecer la congruencia en la toma de decisiones y su ejecución, amén de optimizar la operatividad y canalización de recursos.

## **1.5 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR .**

La Procuraduría para el despacho de sus asuntos se encuentra organizada de manera desconcentrada, por lo que cuenta con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas, mismas que se contemplan en el Artículo 4° de su Reglamento, las que consisten en:

- I.- Oficina del Procurador;
- II.- Subprocuraduría de Servicios;
- III.- Subprocuraduría de Servicios al Consumidor;
- IV.- Subprocuraduría de Verificación;
- V.- Subprocuraduría jurídica;
- VI.- Coordinación General de Planeación y Divulgación;
- VII.- Coordinación General de Administración;
- VIII.- Dirección Programas del Sector Social;
- IX.- Derogada (Diario Oficial de la Federación del 21 de agosto de 2002)
- X.- Unidad de Comunicación Social;
- XI.- Dirección General de Coordinación de Delegaciones;
- XII.- Dirección General de Quejas y Conciliación;
- XIII.- Dirección General de Arbitraje y Resoluciones;
- XIV.- Dirección General de Organización de Consumidores;
- XV.- Dirección General de Verificación y Vigilancia;
- XVI.- Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales;
- XVII.- Dirección General Jurídica Consultiva;
- XVIII.- Dirección General de lo Contencioso y de Recursos;
- XIX.- 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;
- XXIV.-Delegaciones.

En lo concerniente a la fracción VII que fue derogada el día 21 de agosto de 2002, se adicionó con la misma fecha el artículo 4° Bis, al Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, la cuál establece que: "En la Procuraduría existirá un Órgano Interno de Control, cuyo titular será designado en los términos del artículo 37, fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y se auxiliará, en el ejercicio de sus facultades, por los titulares de las áreas de auditoría, quejas y responsabilidades, designados en los mismos términos".

El artículo 37 fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, establece lo siguiente: "Artículo 37 " a la Secretaría de la Función Pública corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

Fracción XII: Designar y remover a los titulares de los órganos internos de control de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y de la Procuraduría General de la República, así como a los de las áreas de auditoría quejas y responsabilidades, de tales órganos, quienes dependerán jerárquica y funcionalmente de la Secretaría de la Función Pública, tendrán el carácter de autoridad y realizarán la defensa jurídica de las resoluciones que entran en la esfera administrativa y ante los Tribunales Federales, representando al titular de dicha Secretaría".

Debemos mencionar que anteriormente, la Contraloría Interna que existía dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, el Contralor interno, era

- 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;
- XXIV.-Delegaciones.

En lo concerniente a la fracción VII que fue derogada el día 21 de agosto de 2002, se adicionó con la misma fecha el artículo 4° Bis, al Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, la cuál establece que: "En la Procuraduría existirá un Órgano Interno de Control, cuyo titular será designado en los términos del artículo 37, fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y se auxiliará, en el ejercicio de sus facultades, por los titulares de las áreas de auditoría, quejas y responsabilidades, designados en los mismos términos".

El artículo 37 fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, establece lo siguiente: "Artículo 37 " a la Secretaría de la Función Pública corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

Fracción XII: Designar y remover a los titulares de los órganos internos de control de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y de la Procuraduría General de la República, así como a los de las áreas de auditoría quejas y responsabilidades, de tales órganos, quienes dependerán jerárquica y funcionalmente de la Secretaría de la Función Pública, tendrán el carácter de autoridad y realizarán la defensa jurídica de las resoluciones que entran en la esfera administrativa y ante los Tribunales Federales, representando al titular de dicha Secretaría".

Debemos mencionar que anteriormente, la Contraloría Interna que existía dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, el Contralor interno, era

designado por el Procurador Federal del Consumidor, y en vista de la reforma a la Ley, del presente año, dicho Contralor Interno, ahora es designado por la Secretaría de la Función Pública, por lo que podemos concluir que jerárquicamente y funcionalmente, el Órgano de Control Interno de la Profeco, dependen de la función pública.

Así mismo, la Procuraduría también contará con directorios de áreas, subdirectores, jefes de departamento, subjefes de departamento, jefes de oficina, jefes de sección, jefes de mesa, conciliadores, secretarios arbitrales, dictaminadores, inspectores, verificadores, ejecutores, notificadores, peritos, promotores, instructores y demás servicios públicos que determine el Procurador.

El artículo 5º del citado Reglamento, nos hace referencia a las atribuciones que corresponden al Procurador Federal del Consumidor, y la manera en la cuál delega facultades y atribuciones a los servidores públicos subalternos, para la atención y resolución de los asuntos que competan a la Procuraduría, sin perjuicio de su ejercicio directo, de acuerdo con lo que establezca el Estatuto Orgánico de la Institución o mediante acuerdos que se publicarán en el Diario Oficial de la Federación.

Al respecto, la regulación de la adscripción y organización interna de las unidades administrativas de la Procuraduría, así como la distribución de sus funciones, se determinan en el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor en su artículo 3º que a la letra dice:

**ARTÍCULO 3º.-** 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;

II.- A la Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia estarán adscritas las Direcciones Generales de Verificación y Vigilancia y de Análisis de Prácticas Comerciales y la Coordinación de Investigación;

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, de Educación para el Consumo y la Dirección General de Organización de Consumidores;

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.

De la estructura orgánica de la Institución en comento se desprende que cuenta con las Unidades Administrativas suficientes para el desempeño de sus atribuciones que la propia Institución le competen.

## 1.6 MARCO JURÍDICO

En nuestra Carta Magna en su artículo 71, se establece la facultad que tiene el C. Presidente de la República, de iniciar leyes o decretos, así como al Congreso de la Unión para legislar; en su artículo 73, por lo que bajo estos ordenamientos el Ejecutivo Federal, a través de su Presidente en el año de 1975, Lic. Luis Echeverría Álvarez, presentó el proyecto de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ante el H. Congreso de la Unión

También es pertinente saber que el marco jurídico que rige el funcionamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se encuentra contenido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismo que en su parte conducente prevé "...La Ley castigará severamente y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto el alza de los precios, todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productos, industriales, comerciales 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 en general o de alguna clase social".

"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 éstos 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."

Otro ordenamiento que reviste especial relevancia e materia de protección al consumidor y cuya aplicación y vigilancia en determinados rubros también corresponde a la Procuraduría, es la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, por lo que conforme a la misma, también le compete a la Profeco la verificación y vigilancia de Normas Oficiales Mexicanas, dentro de las cuáles se encuentran las más importantes:

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, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 13 de octubre de 1993.

NOM-002-SCFI-1993 Productos preenvasados.-Contenido Neto.-Tolerancias y Métodos de Verificación, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 13 de octubre de 1993.

NOM-003-SCFI-1993 Requisitos de Seguridad y Aparatos Electrodomésticos y similares, publicado en el Diario oficial de la Federación, el 13 de octubre de 1993

NOM-004-SCFI-1994 Información Comercial.-Etiquetado de Productos Textiles, prendas de vestir y sus accesorios, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de enero de 1996.

NOM-005-SCFI-1994 Instrumentos de medición sistema para medición y despacho de gasolina y otros combustibles líquidos, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 30 de marzo de 1998.

NOM-006-SCFI-1994 Bebidas Alcohólicas, Tequila.-Especificaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 03 de septiembre de 1997.

NOM-007-SCFI-1997 Instrumentos de Medición, Taxímetros electrónicos, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 03 de septiembre de 1998.

NOM-008-SCFI-1993 Sistema General de Unidades de Medida, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de octubre de 1993.

NOM-009-SCFI-1993 Instrumentos de Medición, Esfigmomanómetros de columna de mercurio y de elementos sensor elástico para medir la presión sanguínea del cuerpo humano, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 13 de octubre de 1993

NOM-010-SCFI-1994 Instrumentos de Medición.- Instrumentos para Pesar de funcionamiento no automático, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 09 de junio de 1999.

NOM-011-SCFI-1993 Instrumentos de medición.- Termómetro de líquido en vidrio para usos generales, publicado en el Diario Oficial de la Federación, 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, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de octubre de 1997

NOM-013-SCFI-1993 Instrumentos de Medición manómetros con elemento elástico.- Especificaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 14 de octubre de 1993

NOM-070-SCFI-1994 Bebidas alcohólicas.- Mezcal.- Especificaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de junio de 1997.



NOM-071-SFCI-1994 Elementos informativos para la contratación de servicios de atención médica por cobro directo, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 04 de agosto de 1995.

NOM-073-SCFI-1994 Eficiencia energética de acondicionadores de aire tipo cuarto.- Límites.- Métodos de prueba y etiquetado, publicado en el Diario Oficial de la Federación 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, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de septiembre de 1995.

NOM-085-SCFI-1994 Criterios informativos para el servicio de reparación de aparatos electrodomésticos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de septiembre de 1995.

NOM-086-SCFI-1995 Industria hulera.- Llantas de automóvil.- Especificaciones de seguridad y métodos de prueba, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 02 de septiembre de 1996.

NOM-090-SCFI-1994 Encendedores portátiles, desechables y recargables.- Especificaciones de seguridad, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 08 de enero de 1996.

NOM-093-SCFI-1994 Válvulas de relevo de presión operadas con resorte y piloto, fabricadas en acero y bronce, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 08 de diciembre de 1997.

NOM-110-SCFI-1995 Prácticas comerciales e información en la prestación de los servicios para el embellecimiento físico, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de agosto de 1996.

NOM-111-SCFI-1995 Prácticas comerciales.- Elementos informativos y requisitos para la contratación de servicios para eventos sociales, publicado en el Diario Oficial de la Federación 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, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de enero de 1998.

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

NOM-130-SCFI-1997 Requisitos de información de los servicios de remozamiento y mantenimiento de inmuebles y muebles que se encuentren en los mismos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 02 de febrero de 1999.

NOM-131-SCFI-1998 Determinación, asignación e instalación del número de identificación vehicular, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 06 de julio de 1999.

NOM-132-SCFI-1998 Talavera.- Especificaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 25 de noviembre de 1998.

NOM-068-SCFI-2000 Prácticas comerciales.- Requisitos de información para la prestación de servicios de reparación y/o mantenimiento de vehículos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 1998.

NOM-143-SCFI-2000 Prácticas comerciales.- Elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la

adquisición de bienes y servicios (sistema de autofinanciamiento), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de febrero de 1980.

ACUERDO.- que establece las bases mínimas de información para la comercialización de los servicios educativos que prestan los particulares, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 10 de marzo de 1992.

NOM-001-EDIF-1994 Que establece las especificaciones y métodos de prueba para los inodoros de uso sanitario, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de marzo de 1994.

NOM-002-EDIF-1994 Que establece las especificaciones y métodos de prueba par válvulas de admisión y válvulas de descarga en tanques de inodoro, publicado en el Diario Oficial de la Federación 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, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1995.

NOM-002-ENER-1995 Eficiencia técnica de calderas paquete.- Especificaciones y método de prueba, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de diciembre de 1995.

NOM-003-ENER-1995 Eficiencia técnica de calentadores de agua para uso doméstico y comercia, publicado en el Diario, publicado en el Diario Oficial de la Federación 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, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1995.

NOM-005-ENER-1996 Eficiencia energética de lavadoras de ropa electrodomésticos.- Límites método de prueba e información al público, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de julio de 1996.

NOM-014-ENER-1997 Eficiencia energética de motores de corriente alterna, monofásicos, de inducción, tipo jaula ardilla, de uso general en potencia normal de 0.180 a 1500 Kw.- Límites método de prueba y marcado, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de julio de 1998.

NOM-015-ENERE-1997 Eficiencia energética de refrigeradores y congeladores electrodomésticos.- Límites métodos de prueba y etiquetado, publicado en el Diario Oficial de la Federación 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 normal de 0.746 a 149.2 Kw.- Límites método de prueba y marcado, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de noviembre de 1998.

NOM-141-SSA1-1995 Bienes y servicios.- Etiquetado para productos de perfumería y belleza preenvasados, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de julio de 1997.

NOM-142-SSA1-1995 Bienes y servicios.- Bebidas alcohólicas.- Especificaciones sanitarias.- Etiquetado sanitario comercial, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 09 de julio de 1997.

NOM-016-SCT-2-1996 Industria hulera.- Llantas para camión.- Especificaciones y métodos de prueba, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 03 de noviembre de 1997.

NOM-Z-12/2-1987 Muestreo para la inspección de atributos.- Parte 2 métodos de muestreo, tablas y gráficas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de octubre de 1987.<sup>6</sup>

En virtud de que corresponde a la Procuraduría vigilar el cumplimiento de las referidas Normas Oficiales Mexicanas, tiene la Ley que la rige la estrecha relación con la Ley de Servicio Público de Energía Eléctrica, como lo es en cuanto a servicio deficiente, cobros de consumo indebidos, responsabilidad de la suministradora de energía eléctrica por daños y perjuicios por variación de voltaje, etc., Ley General de Sociedades Mercantiles, en lo referente al procedimiento conciliatorio, normalmente se aplica éste ordenamiento al requerir la comparecencia de quién tiene la representación de la razón social para actos de administración y dominio, teniendo asimismo relación con la Ley General de Vías Generales de Comunicación, ya que ésta no prevé un procedimiento en el que el usuario pueda llevar a cabo una acción para hacer valer su derecho, en caso de cobro indebido, incumplimiento en el servicio, o bien si éste es deficiente.

En lo concerniente a servicios Turísticos, se relaciona con la Ley Federal de Turismo y su Reglamento, Reglamento para la prestación del Servicio Turístico de Tiempo Compartido.

Asimismo en materia de verificación de precios, es importante destacar que la imposición de precios máximos a productos y servicios se encuentra regulada por la Ley Federal de Competencia Económica.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, también señala que será aplicado supletoriamente la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, Ley Federal de Procedimientos Civiles, Código de Comercio y los Códigos de

---

<sup>6</sup> Diarios Oficiales de la Federación, de los años 1987, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, etc., citados en cada referencia.

Procedimientos Civiles locales para el caso del sometimiento de las partes al arbitraje de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Adicionalmente tratándose de la venta o prestación de bienes o servicios que por sus características estén sujetos a una norma específica, es aplicable también dentro del ámbito de su competencia la Ley Federal de Protección al Consumidor conforme a la facultad que le concede la Procuraduría, como lo son los sistemas de comercialización mediante integración de grupos de consumidores, servicios de suministro de gas natural, telefonía básica y de larga distancia, por lo que también la citada Ley, guarda relación con el Reglamento de Sistemas de Comercialización, mediante la Integración de Grupos de Consumidores, Reglamento de Gas Natural, Reglamento de Distribución de Gas Licuado de Petróleo, Reglamento de Telefonía Pública, Reglas de Larga Distancia, Ley de la C.O.F.E.T.E.L.

También la propia Ley que rige a la Procuraduría Federal del Consumidor, establece que la relación laboral con sus empleados, se sujetará a lo dispuesto por la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado y como consecuencia a la Ley del ISSSTE.

Al ser la Procuraduría un organismo descentralizado de la Secretaría de Economía, también tiene vínculo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Y por supuesto dentro del marco jurídico de la Procuraduría Federal del Consumidor, encontramos también al Reglamento y el Estatuto Orgánico.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene estrecha relación con diversos ordenamientos legales mismos que han quedado precisados en el presente trabajo, en virtud de que contienen algunas disposiciones en las que se protege al consumidor, dentro del ramo de que se trate.

### **1.6.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.**

Se observa que en los artículos 28 y 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, derivan las Leyes Reglamentarias que van a proteger a sectores más débiles de la población. Dentro de nuestro Régimen Constitucional, se pretende a través de las garantías sociales, el ejercicio de los derechos humanos, esto es que, existe una desigualdad en los sectores sociales y la necesidad de que el poder público intervenga para garantizar en beneficio de los grupos económicamente más débiles, la protección que por sí mismos no se pueden dar.

El artículo 28 de nuestra Carta Magna, establece en sus tres primeros párrafos que: “En los Estados Unidos Mexicanos, quedan 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.

En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, 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, comerciales 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 y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social

Las leyes fijarán bases para que se señalen los 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".

A efecto de dar cumplimiento a lo establecido en el artículo antes transcrito, nuestra Soberanía retoma algunos preceptos que se encontraban dispersos en la Legislación Civil y Mercantil, ya que se trata dar unidad a esas normas, ordenarlas dentro de un mismo cuerpo legislativo en el que se imprime una naturaleza a través de otras disposiciones, que tienden a regular actos de comercio y relaciones entre particulares frente al Derecho Privado, que se funden en el principio de igualdad entre las partes y supone que estas siempre son libres para contratar.

El derecho social asume la existencia de desigualdades reales entre quienes contratan, lo que no conduce a la justicia y por ello se convierte en una relación entre particulares que afecta los intereses colectivos que ameritan la intervención del Estado. Por consiguiente se ha establecido que dichas disposiciones deberán tener el carácter de irrenunciables e imperativas y en consecuencia no sólo podrán derogarse a cualquier disposición que se les ponga, sino que prevalecerán sobre cualquier pacto, costumbre, práctica o uso en contrario. Se ha establecido que quedarán obligados al cumplimiento de estas normas los comerciantes, industriales, prestadores de servicio, las empresas de participación estatal, los organismos descentralizados y los organismos del Estado en cuanto desarrollen actividades de producción o comercialización de bienes o prestadores de servicios.

A nivel de consumo con mayor frecuencia se han venido afectando los intereses del consumidor, que ya se ha propuesto evitar toda publicidad que no corresponda a las características reales del producto, servicio o el ofrecimiento de algunas garantías de prestaciones que no se cumplen, imponiendo a todo proveedor de bienes o servicios la obligación de informar verás y suficientemente



al consumidor y dar cumplimiento a las garantías y ofertas a que se hubiere obligado o comprometido. Se ha observado que la experiencia cotidiana nos ha revelado que en las ventas a crédito se estipulan cláusulas y condiciones notoriamente injustas por quienes no disponen de recursos suficientes para pagar de contado, o sea, para la inmensa mayoría de la sociedad consumidora, creándose así, la Procuraduría Federal del Consumidor, a la que nos referimos en el Capítulo primero de el presente trabajo de investigación.

### **1.6.2 LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA**

La Ley Federal de Competencia Económica, es reglamentaria del artículo 28 constitucional, en materia de competencia económica, monopolios y libre concurrencia y es aplicable a todas las áreas de la actividad económica.

Esta Ley tiene por objeto, proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, práctica monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.

### **1.6.3 LEY FEDERAL DEL PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

Con el propósito de establecer la naturaleza jurídica de la Ley Federal de Protección al Consumidor, consideramos indispensable hacer mención en primer término, del lugar que la misma ocupa dentro del orden jerárquico en nuestro derecho mexicano.

Ahora bien, considerando que nuestro sistema corresponde a uno de tipo Federal, encontramos que en el artículo 133 de nuestra Carta Magna, se señala el orden jerárquico normativo del derecho mexicano al establecer: "Esta Constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los

tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados o que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán la Ley Suprema de la Unión. Los jueces de cada Estado, se arreglarán a dicha Constitución, Leyes y Tratados, a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber en las constituciones o leyes de los Estados". De tal precepto Constitucional podemos establecer pues, que los grados de jerarquía en nuestro sistema se encuentran compuestos por:

1.- La Constitución Federal:

2.- Las Leyes Federales y los Tratados Internacionales.

Por ende, es de estimarse que la Ley Federal de Protección al Consumidor, surge de una Ley del Congreso de la Unión que emana de la Constitución Federal, puede establecerse que su observancia es general en toda la República y constituyen pues, ley suprema de la Unión.

Agregando además que la presente Ley emana propiamente del artículo 28 Constitucional, el cuál establece: "La Ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses". Con lo cuál se cumple lo preceptuado por el artículo 133 Constitucional, en el sentido de que toda Ley Federal que emana de la misma Constitución.

Lo anterior lo podemos apreciar en lo dispuesto en el artículo 1° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su primer párrafo que nos establece su naturaleza jurídica, señalando que: "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, usos, prácticas o estipulaciones en contrario".

Al clasificar el legislador que la Ley es de orden público e interés social, está orientada a evitar la concesión de la medida cautelar de la suspensión que

pueda darse en un juicio de amparo. A este respecto el artículo 124, fracción II, de la ley de Amparo establece: "que no se siga perjuicio al interés social, ni se contravengan disposiciones de orden público"<sup>7</sup>

Asimismo, si bien es cierto que el orden público en principio corresponde estimarlo al legislador al momento de dictar una Ley, no resulta ajeno a la función de los juzgadores apreciar o decretar la existencia del orden público en los casos en que se les sometan para su resolución, resultando indudable que la persona encargada de resolver una controversia que le es planteada, pueda calificar y estimar la existencia del orden público con relación a una Ley.

Por lo que en tal virtud, el orden público que toma en cuenta la Ley, no puede estar constituido por una suma de intereses meramente privados; para que el orden público esté involucrado, es preciso que los intereses de que se traten sean de tal manera importantes, que el acto prohibido pueda causar un daño a la colectividad.

En cuanto al carácter irrenunciable de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, las mismas tienen ese carácter, en virtud de que se considera que los derechos contenidos en la presente Ley, constituyen los derechos mismos con que cuenta la población consumidora, frente a los diversos proveedores de bienes o servicios, considerando pues que dicha población consumidora se encuentra constituida en su gran mayoría por personas con pocos recursos económicos y que no pueden quedar desprotegidos, por tanto no se puede renunciar a los derechos contenidos en la Ley que se estudia.

Por esta razón, el artículo 90 fracción VI de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece claramente y con precisión, que no serán válidas y se tendrán por no puestas en los contratos de adhesión, las cláusulas que: "obliguen

---

<sup>7</sup> Nueva Legislación de Amparo Reformada, Editorial Porrúa, 72 edición actualizada, Pág. 118

al consumidor a renunciar a la protección de esta Ley”<sup>8</sup>, con lo cuál se confirma el carácter irrenunciable de las disposiciones contenidas en la presente ley que tienen como fin, la protección a los derechos mínimos de los consumidores.

No obstante a lo anterior, cabe advertirse que en algunos casos la Ley contiene algunos preceptos que permiten renunciar a ciertos derechos, mediante el consentimiento expreso del consumidor, tal es el caso de los artículos que a continuación se indican:

Artículo 15 “Cuando el cobro se haga mediante cargo directo a cuenta de un crédito, débito o similar del consumidor, el cargo no podrá efectuarse sino hasta la entrega del bien, o la prestación del servicio, excepto cuando exista consentimiento expreso del consumidor para que estos se realicen posteriormente”.

Artículo 42 “El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor”.

Artículo 66 “ En toda operación a crédito al consumidor se deberá: fracción IV.

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

Ahora bien, y como se ha establecido con antelación, no se puede renunciar a los derechos contenidos en la Ley Federal de Protección al

---

<sup>8</sup> Ley Federal de Protección al Consumidor, Febrero de 2000, Pág. 46

Consumidor, aunque la misma legislación indica algunos casos de excepción, es menester señalar que los artículos anteriormente transcritos no afectan directamente a aquellos productos de primera necesidad o que son indispensables para la diaria subsistencia de los consumidores y por ende, se pudiera dar la renuncia a los derechos contenidos en tales artículos, toda vez que tal renuncia, no implicaría un gran deterioro en los derechos de los consumidores.

El hecho de que el artículo 1° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establezca entre otras cosas, que las disposiciones contenidas en la propia Ley, serán aplicadas no importando costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario; ésta situación no menoscaba o limita de alguna manera el derecho que tienen las personas a que se les administre justicia por los Tribunales en los términos y plazos que se fijan por las Leyes; en virtud de que el artículo 1° de la Ley en comento, no contiene ninguna disposición en la que se impida al consumidor o al mismo proveedor a que concurren ante los órganos judiciales correspondientes, a que se les administre justicia, cuando no ha sido posible resolver el problema planteado ante la Procuraduría Federal del Consumidor, en virtud de que como se ha visto, ésta constituye meramente una autoridad de carácter administrativo y por ende la misma, no cuenta con facultades, como con las que cuentan los Tribunales de Justicia, ya que su función solamente consiste en determinar la existencia o no de violación a preceptos contenidos en la Ley de la Materia y sancionar dicha trasgresión.

La finalidad de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se encuentra establecida en el párrafo segundo del artículo 1° de dicha Ley, el cual señala lo siguiente: "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" De lo anterior se desprende que la Ley debe ser un instrumento para proteger los derechos del consumidor, como lo ha sido y deberá seguir desde que fuera creada la Procuraduría Federal del Consumidor, a la que

el artículo 20 de la presente ley establece: "promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y promover y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores".

La Ley Federal de Protección al Consumidor, también tiene como finalidad el procurar la seguridad y equidad jurídica en las relaciones que surjan entre proveedores y consumidores. Considerando que la equidad ha estado presente siempre en el derecho, estimando que la Ley establece como su objetivo, el hecho de que se procure la equidad en las relaciones de consumo. En este aspecto, la equidad que se debe procurar, consiste en que se lleve a cabo un trato justo en las relaciones entre proveedores y consumidores, es decir, que sea justo para ambas partes contratantes.

En lo tocante a la relación jurídica, considerando que la misma consiste en el conocimiento y certeza que el individuo tiene del ordenamiento jurídico y del cual se pueden llevar a cabo o desarrollar, ciertas relaciones jurídicas válidas. Por lo cual, como la Ley Federal de Protección al Consumidor es proteccionista de los intereses del consumidor, sólo puede aplicarse en aquellas relaciones de carácter jurídico en las que intervenga tanto un consumidor como un proveedor.

Asimismo, el artículo 1° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en sus diversas fracciones, se enumera lo que se denomina como principios básicos en las relaciones de consumo, señalando lo siguiente:

"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 efectividad, prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos;

V. El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales y 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;

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

Las anteriores siete fracciones establecen en términos generales los derechos básicos con los que cuentan los consumidores, para que se lleve a cabo la protección a sus derechos, en todas aquellas relaciones de consumo que se den entre proveedores y consumidores.

El párrafo último del artículo 1º de dicha Ley, aclara que los derechos previstos en la Ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales en las que México sea signatario; de la legislación interna, de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como los que se deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las

costumbres y la equidad. De esta forma, la misma Ley da la opinión de que se amplíen las funciones que puedan dar lugar a otros derechos a favor de los consumidores.

Ahora bien, de acuerdo a lo anterior, la finalidad de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es la de promover y proteger los derechos e intereses de los consumidores, todo ello a través de la Procuraduría Federal del Consumidor, de acuerdo a las atribuciones que la propia Ley le confiere, para así adoptar las medidas necesarias tendientes a la protección de los consumidores.

#### **1.6.4 REGLAMENTO Y ESTATUTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.**

El reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor tiene como finalidad establecer la organización de dicha Procuraduría, para el ejercicio de las atribuciones que le confiere la ley Federal de Protección al Consumidor.

El Reglamento establece que la Procuraduría se organizará de manera desconcentrada para el despacho de sus asuntos, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime conveniente.

La Procuraduría contará con Unidades Administrativas como son:

- Oficina del Procurador;
- Subprocuraduría de Servicios al Consumidor;
- Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia;
- Subprocuraduría Jurídica;
- Coordinación General de Investigación y Divulgación;
- Coordinación General de Administración;



Unidad de Programas del Sector Social;  
Derogada (Diario .Oficial de la Federación. 21 de agosto de 2002);  
Unidad de Comunicación Social;  
Dirección General de Coordinación de Delegaciones;  
Dirección General de Quejas y Conciliación;  
Dirección General de Arbitraje y Resoluciones;  
Dirección General de Organización de Consumidores;  
Dirección General de Verificación y Vigilancia;  
Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales;  
Dirección General Jurídica Consultiva;  
Dirección General de lo Contencioso y de Recursos;  
Coordinación de Investigación;  
Coordinación de Publicaciones;  
Coordinación de Radio y Televisión;  
Coordinación de Educación para el Consumo;  
Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto;  
Dirección General de Recursos Humanos y Materiales; y  
Delegaciones.

El artículo 8 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, establece las facultades que tendrá el Procurador, dentro de ésta, y son las siguientes:

I.- Proponer al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Economía, 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;

II.- Expedir manuales de organización de procedimientos y de servicios al público, así como los acuerdos y demás lineamientos y criterios necesarios para el funcionamiento de la Procuraduría;

III.- Adscribir orgánicamente las unidades administrativas previstas en este Reglamento.

IV.- Establecer los criterios para la imposición de multas y demás sanciones previstas en la Ley, así como para condonarlas, reducir las o conmutarlas a fin de preservar la equidad, en términos de lo dispuesto por la propia Ley;

V.- Resolver los recursos interpuestos con relación a actos y resoluciones definitivas emitidas por los servidores públicos subalternos;

VI.- Modificar o revocar de oficio aquellas resoluciones administrativas de carácter individual no favorables a un particular, emitidas por los subprocuradores, cuando se demuestre fehacientemente que las mismas se hubieren emitido en contravención a las disposiciones aplicables y;

VII.- Las demás que le otorguen otros ordenamientos jurídicos.

El artículo 10 del Reglamento, establece las facultades de los Subprocuradores y son las siguientes:

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 consumidores, la información necesaria para el ejercicio de las atribuciones que confiere la Ley de la Procuraduría, así como sustanciar los procedimientos respectivos;

III.- Previo acuerdo con el Procurador y conforme a lo dispuesto en la Ley, requerir a los proveedores o 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, en su caso, publicar dicho requerimiento en periódicos de circulación nacional, regional o local según corresponda.

IV.- Ordenar, en el ámbito de su competencia, las medidas precautorias previstas por la Ley, aplicar las medidas de apremio e imponer las sanciones que correspondan de acuerdo a la Ley y a otras leyes, en el ámbito de su competencia, así como adoptar las medidas necesarias para su ejecución;

V.- Suscribir los actos, resoluciones y demás documentos que correspondan conforme a su ámbito de competencia y en términos de lo dispuesto por la Ley, los ordenamientos aplicables y, en su caso, los lineamientos de la Subprocuraduría Jurídica, así como ordenar los trámites conducentes para la sustanciación de los procedimientos correspondientes;

VI.- Condonar, reducir o conmutar las multas y demás sanciones conforme a lo dispuesto en la Ley y en los criterios que determine el Procurador;

VII.- Colaborar con las autoridades y organismos competentes en el desarrollo de las actividades y programas para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor;

VIII.- Resolver los recursos interpuestos con relación a actos y resoluciones definitivas emitidas por los servidores públicos subalternos;

IX.- Modificar o revocar de oficio aquellas resoluciones administrativas de carácter individual no favorables a un particular, emitidas por sus subordinados jerárquicos, cuando se demuestre fehacientemente que las mismas se hubieren emitido en contravención a las disposiciones aplicables, previa opinión de la Subprocuraduría Jurídica y acuerdo con el Procurador; y

X.- Participar en actividades de metrología, normalización y evaluación de la conformidad.

El artículo 11 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, establece las facultades que tienen delegadas el Subprocurador de Servicios al Consumidor y son las siguientes:

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.- Emitir, previo dictamen de la Subprocuraduría Jurídica, los lineamientos y criterios para la aplicación de los procedimientos previstos en la fracción anterior, así como los relativos, en el ámbito de su competencia, a la bonificación o compensación establecida por la Ley y a la emisión del dictamen a que se refieren los artículos 114, 114 bis y 114 Ter, de la propia Ley y supervisar su cumplimiento;

III.- Coordinar, instrumentar, vigilar y controlar los procedimientos relativos al registro y cancelación de los contratos de adhesión previstos en la Ley;

IV.- Monitorear y evaluar la publicidad relativa a bienes, productos y servicios que se difunda por cualquier medio de comunicación y ordenar, en su

caso, la suspensión o corrección de aquella que viole las disposiciones de la Ley, así como aplicar las sanciones correspondientes;

V.- Coordinar y convenir acciones de protección al consumidor con proveedores, instituciones y organizaciones de los sectores público, social y privado;

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

VII.- Resolver y emitir laudos arbitrales, sin perjuicio de las atribuciones que al respecto correspondan a otros servidores públicos.

El artículo 12 del Reglamento, establece, las atribuciones del Subprocurador de Verificación que son las siguientes:

I.- Ejercer las funciones de verificación y vigilancia que prevé la Ley;

II.- Vigilar, coordinar y controlar los procedimientos de verificación y vigilancia y por infracciones a la Ley, dentro de la competencia de las unidades administrativas que se le adscriban;

III.- Emitir, previo dictamen de la Subprocuraduría Jurídica, los lineamientos y criterios para la verificación y vigilancia del cumplimiento de la Ley y, en el ámbito de su competencia, de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, de las normas a que ésta se refiere y de las demás disposiciones legales, reglamentarias y normativas aplicables y supervisar su observancia;

IV.- Emitir, previo dictamen de la Subprocuraduría Jurídica, los lineamientos y criterios, en el ámbito de su competencia en materia de bonificación o compensación a que se refiere la Ley y para el ejercicio de las atribuciones

previstas en los artículos 24 fracción XXI, 92 último párrafo y 98 Bis de la Ley y vigilar su cumplimiento;

V.- Ordenar la verificación y vigilancia de oficio o a petición de parte, en los términos previstos en la Ley y, en el ámbito de su competencia, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, de las normas a que ésta se refiere y de las demás disposiciones legales, reglamentarias y normativas aplicables;

VI.- Formular y coordinar el establecimiento de mecanismos de colaboración de proyectos de investigación específicos;

VII.- Emitir lineamientos en materia de investigación, pruebas y análisis que desarrolle el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor;

VIII.- Proponer al Procurador los criterios y requisitos para la expedición de credenciales del personal que participe en diligencias de verificación y, en su caso, expedirlas; y

IX.- Ordenar en los términos de la Ley y en el ámbito de su competencia la verificación y vigilancia de la publicidad e información relativas a bienes, productos y servicios que se difundan por cualquier medio o forma.

El artículo 13 del Reglamento establece las atribuciones del Subprocurador Jurídico y son las siguientes:

I.- Prestar la consultoría jurídica en la Procuraduría;

II.- Coordinar los procedimientos del registro de personas acreditadas para analizar trámites ante la Procuraduría;

III.- Revisar y dictaminar los proyectos jurídico-normativos que propongan las unidades administrativas de la Procuraduría conforme al ámbito de su competencia;

IV.- 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 y normativas necesarias para la aplicación de la Ley y para el mejor cumplimiento de las atribuciones y obligaciones de la Procuraduría;

V.- Emitir los lineamientos para la elaboración de los contratos, convenios y otros instrumentos jurídicos en los que la Procuraduría sea parte y coordinar y vigilar su revisión y validación;

VI.- Representar a la Procuraduría y al Procurador en toda clase de procedimientos administrativos, judiciales, contencioso administrativos y laborales derivados del ejercicio de sus atribuciones;

VII.- 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;

VIII.- Ejercer, ante los tribunales competencias las acciones que correspondan a la Procuraduría, así como hacer valer toda clase de derechos, excepciones y defensas en cualquier procedimiento;

IX.- Representar individualmente o en grupo a los consumidores ante proveedores, autoridades administrativas y jurisdiccionales y ejercer las acciones que correspondan en los términos de la Ley;

X.- Denunciar o formular 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; y

XI.- Emitir los lineamientos y criterios conforme a los cuales deberán sustanciarse y resolverse los recursos de revisión.

El artículo 14 del Reglamento, establecer las atribuciones del Coordinador General de Planeación y son las siguientes:

I.- Coordinar el establecimiento de las estrategias, planes y políticas necesarias para alcanzar los objetivos y metas institucionales;

II.- Determinar los lineamientos y criterios para la planeación y evaluación de los programas de la Procuraduría;

III.- Coordinar la construcción de indicadores estratégicos y de gestión;

IV.- Coordinar la recopilación de la información estadística que permita la toma de decisiones, así como la elaboración de los informes oficiales de la institución;

V.- Establecer criterios en materia de monitoreo de precios y encuestas;

VI.- Coordinar los estudios e investigaciones en materia de relaciones de consumo y de las actividades que desarrolla la Procuraduría;

VII.- Promover y Coordinar la integración del acervo bibliográfico y hemerográfico de la Procuraduría; y



VIII.- Establecer y coordinar las relaciones con organizaciones e instituciones extranjeras y organismos internacionales en materias relacionadas con el consumo o la protección al consumidor.

El artículo 15 del Reglamento establecer las atribuciones del Coordinador General de Educación y Divulgación que son las siguientes:

I.- Planear y establecer los programas de educación para el consumo y los de difusión a través publicaciones, radio y televisión y de organización de consumidores 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.- Proponer nuevos y mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;

III.- Formular y coordinar proyectos para el desarrollo de asociaciones de consumidores que prevean entre otros rubros, el establecimiento de mecanismos para su financiamiento;

IV.- Planear 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;

V.- Promover y coordinar la integración del acervo audiovisual de la Procuraduría;

VI.- Emitir lineamientos de trabajo en materia de divulgación, información y educación en las relaciones de consumo para las Delegaciones;

VII.- Establecer lineamientos y criterios para promover a las asociaciones y organizaciones de consumidores, para proporcionarles capacitación y asesoría y para apoyar su vinculación con organizaciones del extranjero; y

VIII.- Proponer al Procurador la realización de campañas específicas de educación, divulgación y orientación a través de la radio, televisión y publicaciones, así como estudios específicos para conocer y dar respuesta a las necesidades de orientación y educación de la población consumidora.

El artículo 16 del Reglamento, establece las atribuciones del Coordinador General de Administración y son las siguientes:

I.- Establecer las normas, criterios, sistemas y procedimientos para la administración de los recursos humanos, materiales, financieros e informáticos de la Procuraduría;

II.- Autorizar los manuales y guías técnicas de la Procuraduría y establecer las políticas y lineamientos para su elaboración;

III.- Coordinar la formulación del programa operativo anual y del proyecto de presupuesto de la Procuraduría y gestionar su autorización y modificaciones, así como vigilar su cumplimiento;

IV.- Asignar anualmente presupuesto a cada unidad administrativa de la Procuraduría conforme al aprobado a la Institución para el cumplimiento de sus metas y establecer los lineamientos para la administración, ejercicio, control y evaluación programática presupuestal;

V.- 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 el;

VI.- Por acuerdo del Procurador, suscribir aquellos documentos que impliquen actos de administración;

VII.- Representar a la Procuraduría en los convenios y contratos en que sea parte y que afecten su presupuesto;

VIII.- Proponer al Procurador las medidas técnicas y administrativas para la mejor organización y funcionamiento de la Institución;

IX.- Coordinar la prestación y el apoyo de los servicios informáticos, de procesamiento de datos y telecomunicaciones dentro de la Procuraduría;

X.- Coordinar que la adquisición y enajenación de bienes, la contratación de servicios y de obra pública, así como la administración de bienes inmuebles que ocupa la Institución se realicen de conformidad con las disposiciones legales aplicables;

XI.- Establecer y coordinar el programa de protección civil para la Procuraduría;

XII.- Coordinar las relaciones laborales de la Procuraduría y vigilar la correcta aplicación de las disposiciones aplicables en la materia;

XIII.- Establecer los programas de capacitación en la Procuraduría;

XIV.- Expedir las credenciales o identificaciones a los servidores públicos y demás personas que presten sus servicios a la Procuraduría, con excepción de aquellas que se utilicen para diligencias de verificación;

XV.- Emitir los dictámenes administrativos relacionados con las modificaciones a las estructuras orgánicas y corporaciones, así como de las plantillas de personal operativo de la Procuraduría; y

XVI.- Normar y supervisar el funcionamiento de las áreas de administración de las diversas unidades administrativas de la Procuraduría.

El artículo 17 del Reglamento establece las facultades que las Direcciones Generales tienen asignadas y son las siguientes:

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 les sean asignados, conforme a las Leyes, reglamentos y normatividad correspondientes;

III.- Proponer al Procurador, Subprocurador o Coordinador General al que se encuentre adscritos, la celebración de convenios y otros instrumentos jurídicos 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, proveedores y consumidores, que proporcionen la información necesaria para sustanciar los procedimientos previstos en la Ley;

V.- Proponer al Subprocurador o Coordinador General al que se encuentren adscritos la normatividad y lineamientos de aplicación general en los procedimientos materia de su competencia y una vez emitidos, difundidos y supervisar su cumplimiento;

VI.- Promover, evaluar y supervisar el cumplimiento de la normatividad que resulte aplicable a su unidad administrativa y, en el caso de las delegaciones, supervisar que su operación se lleve a cabo conforme a los programas y lineamientos normativos que correspondan a su competencia;

VII.- Formular opiniones, proyectos e informes que les sean solicitados por sus superiores jerárquicos;

VIII.- Elaborar el proyecto de programa de presupuesto, relativo a la unidad bajo su responsabilidad;

IX.- Coordinarse con otras unidades administrativas de la Procuraduría y del sector público para el mejor desarrollo de sus atribuciones;

X.- Dar a conocer los acuerdos y resoluciones de autoridades superiores y aquellos que emitan con fundamento en las atribuciones que les correspondan;

XI.- Aplicar la Ley y los demás ordenamientos jurídicos conducentes y vigilar su cumplimiento;

XII.- Ordenar, en el ámbito de su competencia, las medidas precautorias previstas en la Ley, aplicar las medidas de apremio e imponer las sanciones que correspondan, así como adoptar las medidas necesarias para su ejecución;

XIII.- Expedir copias certificadas de expedientes y documentos a cargo de la unidad bajo su responsabilidad;

XIV.- Ordenar la práctica de verificaciones, diligencias y documentos a cargo de la unidad bajo su responsabilidad;

XV.- Realizar conforme al ámbito de su competencia monitoreos, pruebas, investigaciones, estudios y evaluaciones de la conformidad;

XVI.- Suscribir sus resoluciones y actuaciones conforme a la Ley, los lineamientos y demás disposiciones aplicables, así como ordenar los trámites conducentes para la sustanciación de los procedimientos correspondientes;

XVII.- Resolver los recursos interpuestos con relación a actos y resoluciones definitivas emitidas por los servidores públicos subalternos;

XVIII.- Proporcionar asesoría, resolver consultas y orientar a los consumidores y a los proveedores respecto de sus derechos y obligaciones;

XIX.- 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;

XX.- Condonar, reducir, modificar o conmutar las multas y demás sanciones, conforme a lo dispuesto en la Ley y los criterios que determine el Procurador;

XXI.- Elaborar y promover a su superior jerárquico los programas de capacitación que en el ámbito de su competencia se requieren en la Institución y en su caso, participar en su desarrollo;

XXII.- Enviar a la Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto, los informes sobre el ejercicio del presupuesto y los avances en la

ejecución de sus programas, así como la información contable y bancaria correspondiente; y

XXIII.- Las demás que les confieran otros ordenamientos jurídicos o el Procurador.

Asimismo el Reglamento en cuestión, establece soluciones a situaciones de ausencia de alguno de los funcionarios que ocupan dichas Direcciones, así como las atribuciones y facultades que dicho Reglamento les otorga para el desempeño de sus funciones.

Ahora bien, en el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, se establecen las facultades que cada una de las diversas Direcciones que conforman la Procuraduría Federal del Consumidor tienen, por lo que creemos que las Direcciones que tendrían la facultad de vigilar que la imposición de las multas, fuera ejecutada de manera expedita por la Tesorería del Distrito Federal, serían aquellas Direcciones que impusieran una sanción o multa como serían la Dirección General de Quejas y Conciliación, La Dirección General de Arbitraje y Resoluciones, y la Dirección General de Verificación y Vigilancia, lo que de acuerdo a lo establecido en el Estatuto antes referido no sucede así, como lo veremos:

"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 éstos; 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:

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 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 las 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.

Artículo 10. Dirección General de Verificación y Vigilancia. Esta Dirección General tendrá las siguientes atribuciones:

I.- Proponer y aplica 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 a 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 que deban aplicar las Delegaciones para evaluar el desempeño del personal que realice actividades de verificación y vigilancia.

Como podemos observar, de las facultades otorgadas a las Subprocuradurías, coordinaciones y a las múltiples Direcciones que se encuentran estructuradas dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, éstas se limitan únicamente a la imposición de sanciones, a la reducción o condonación de las mismas, etc., pero no existe una Dirección, departamento dentro de ésta, cuyas facultades se encuentren contenidas en la misma y que se refieran al seguimiento de las sanciones que se aplican, esto es, no se habla de algún convenio de colaboración con la Autoridad competente, como puede ser la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o la Tesorería del Distrito Federal, a efecto de agilizar

el cobro y ejecución de las multas que impone la Procuraduría, dejando a ésta en la ignorancia de si ya fueron ejecutadas las multas o no, a efecto de poder establecer una estadística del funcionamiento de dicha Procuraduría.

En lo concerniente al Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, éste tiene por objeto regular la adscripción y organización interna de las unidades administrativas antes referidas, así como la distribución de las funciones previstas en la Ley entre dichas Unidades.

Como podemos observar, de la transcripción que hicimos del Reglamento interno de la Procuraduría Federal del Consumidor, nos podemos percatar que, dentro de las delegaciones, subdelegaciones, direcciones y demás unidades administrativas, así como, dentro de las actividades que cada una de ellas desempeña, no existe alguna, que realice la labor de verificación, en cuanto a la ejecución de las multas, por parte de la Tesorería del Distrito Federal, por lo que es necesario crear dicho departamento y establecerlo dentro del Reglamento de la Profeco.

## **1.7 REFORMAS**

El 24 de Diciembre de 1992, se promulga la Ley Federal de Protección al Consumidor, con ciento cuarenta y tres artículos y cinco transitorios, desapareciendo, el Instituto Nacional del Consumidor.

Se abroga la Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 22 de Diciembre de 1975 y sus reformas y se derogan todas las disposiciones que se oponían a lo dispuesto en la nueva Ley.

El 21 de julio de 1993, mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación, se modifican y se derogan diversas disposiciones, entre las cuáles la

citada Ley, en su artículo 73, en materia de arrendamiento de fincas urbanas destinadas a cada habitación, dejando de tener competencia la Procuraduría para intervenir en las controversias que se suscitaren en dicha materia, inicialmente éste precepto establecía que:

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 que una vez reformado quedó en los siguientes términos:

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 de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, en los términos de los artículos 64 y 65 de la presente Ley.

El 23 de septiembre de 1993, se publica el decreto en que se modifican los artículos transitorios de la citada Ley, quedando en los siguientes términos:

PRIMERO.- Las disposiciones contenidas en el presente decreto entrarán en vigor el 19 de octubre de 1998, salvo lo dispuesto por los transitorios siguientes:

SEGUNDO.- Las disposiciones del presente decreto se aplicarán a partir del 19 de octubre de 1993, únicamente cuando se trate de inmuebles:

I.- No se encuentren arrendados al 19 de octubre de 1993, siempre que sean para uso distinto del habitacional, o

II.- Su construcción sea nueva, siempre que el aviso de terminación sea posterior al 19 de octubre de 1993.

El 5 de agosto de 1994, se emitió el decreto que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley en comento, reformando los artículos 7 y 58 adicionando a éste último artículo un segundo párrafo, los cuales quedaron como sigue:

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 cuáles se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio y bajo ninguna circunstancia serán negados éstos bienes o servicios a personas con discapacidad".

ARTÍCULO 58 "...Los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos 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”.

Así mismo el 23 de mayo de 1996, fue reformado el artículo 5° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el cuál estipula que:

ARTÍCULO 5 “..Quedan exceptuadas de las disposiciones de ésta Ley, los servicios que se prestan en virtud de una relación o contrato de trabajo, los de las Instituciones y organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de las condiciones nacionales Bancarias y de Valores, de Seguros y Fianzas o del Sistema de Ahorro para el Retiro, así como los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil.

El 19 de octubre de 1998, se reforma también el artículo 1° y 3° transitorios de la Ley en comento, para quedar en los siguientes términos:

PRIMERO.- Las disposiciones contenidas en el presente decreto entrarán en vigor el 19 de abril de 1999, salvo lo dispuesto por los transitorios siguientes:

TERCERO.- Los juicios y procedimientos judiciales y administrativos actualmente en trámite, así como los que se inicia antes del 19 de abril de 1999 derivados de contratos de arrendamiento de inmuebles para habitación y sus prórrogas, que no se encuentren en los supuestos establecidos en el transitorio anterior, se registrarán hasta su conclusión, por las disposiciones del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal y de la Ley Federal de Protección al Consumidor, vigentes con anterioridad al 19 de octubre de 1993.

El 29 de mayo de 2000, se adiciona al artículo 1º, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la fracción VIII, precepto que actualmente a la letra dice:

ARTÍCULO 1º.- 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 ésta 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 a 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 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.- La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios;

VII.- 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 convenios internacionales de los que México sea signatario, de la legislación interna ordinaria, de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales del derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.

Además se adiciona la fracción IX BIS, al artículo 24 de la referida Ley, el cuál determina que:

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 ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores;



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 los servicios que se ofrecen en el mercado;

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

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

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

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

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

-

IX BIS.- Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de 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 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 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 a fin de 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 aplicables y organizar y llevar el Registro Público de Contratos de Adhesión.

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.- Las demás que le confieran esta Ley y otros ordenamientos.

Se adiciona también el artículo 76 BIS, el cuál a la fecha dispone:

ARTÍCULO 76 BIS.- Las disposiciones del siguiente 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 éste, 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:

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), y 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 niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

Se reforma también el artículo 128 el cuál dispone que:

ARTÍCULO 128.- Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 8, 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 en el Distrito Federal.

En casos particularmente graves, la Procuraduría podrá sancionar con clausura del establecimiento hasta por quince (15) días. En tratándose de alimentos básicos, sujetos a precios máximos, procederá dicha clausura, previa notificación al presunto infractor, concediéndole un plazo de 24 horas para que manifieste lo que a su derecho convenga.

Del mismo modo el 5 de junio de 2000, se adiciona a la Ley Federal de Protección al Consumidor, los artículos 86 Bis, 86 ter y 86 cuater, con vigencia al día siguiente de su publicación, los cuáles ordenan que:

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 presentación de los servicios adicionales, especiales 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 la cancelación de la prestación del servicio básico. El consumidor sólo podrá hacer uso de esta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo marcado; y

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

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubieren sido incluidas

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

Por último, las reformas que ha sufrido la Ley Federal de Protección al Consumidor, se llevaron a cabo el día dos de febrero del año dos mil cuatro y de las cuáles mencionaremos las siguientes:

En lo referente al Capítulo I, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, referente a las Disposiciones Generales, sufrió los siguientes cambios:

El artículo 2° de la Ley Federal de Protección al Consumidor reformada en el año de 1992, establecía, lo que se debía de entender por consumidor, esto es, quién tiene la calidad de consumidor, exceptuando aquellas personas que adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios, con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización, o prestación de servicios a terceros.

Con las reformas del presente año, dicho artículo, no exceptúa a éste tipo de consumidores, pero sí los condiciona a que la cantidad que reclamen ante la Procuraduría, a efecto de que ésta intervenga ya sea como conciliadora o como árbitro, no exceda de la cantidad de \$300,000.00, toda vez que si rebasara dicha cantidad, pasaría a formar parte de otro juicio de diversa índole y ante una Autoridad diferente a la administrativa.

Así mismo se le adicionó al artículo en cuestión, las personas morales, esto es, que la Procuraduría conocerá de asuntos que les afecten solamente cuando dichas microempresas o microindustrias se encuentren acreditadas como tales en

términos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, lo que en la Ley Federal de Protección al Consumidor anterior, no eran consideradas como consumidores.

Considero que lo anterior se debe a que, en vista de la situación económica por la que atraviesa nuestro país, se han creado y establecido microempresas y microindustrias, las cuáles deben de ser protegidas siempre y cuando actúen con la calidad de consumidores.

Al artículo 5 de la Ley en comento y el cuál se refiere a la incompetencia que tiene la Procuraduría para conocer de determinados asuntos, dentro de los que se encuentran la prestación de servicios regulados por leyes financieras que prestan las Instituciones y Organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de las comisiones nacionales Bancaria y de Valores; de Seguros y Fianzas, se agregó, la incompetencia de la misma para conocer de asuntos relacionados con el Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR), o de cualquier órgano de regulación, de supervisión o de protección y defensa dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

En esta última reforma, se adicionó el artículo 7 bis, el cuál establece la obligación que tiene el proveedor de exhibir de manera visible, el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor.

Al artículo 8, se le agregó la facultad que tiene la Procuraduría para verificar los precios máximos establecidos en términos de la Ley Federal de Competencia Económica, así como los precios y tarifas que conforme a otras disposiciones sean determinados por las autoridades competentes.

Con la reforma, se agregó el artículo 8 Bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor, el cuál se refiere a que la Procuraduría elaborara y publicará material

de información, orientación y educación hacia los consumidores, de conformidad con los proveedores en los lugares y establecimientos respectivos.

Así mismo, se estableció dentro del mismo artículo, la facultad que tiene la Profeco para establecer módulos de atención al público en los diferentes establecimientos y de acuerdo a la temporada del año, esto es, por ejemplo, cuando se trata del regreso a clases, la Profeco, establece tianguis de útiles escolares en las diferentes Delegaciones del Distrito Federal, para la vigilancia y supervisión de las operaciones mercantiles.

Al artículo 10 de la multicitada Ley, se le agregó un párrafo en el cuál se especifica que los proveedores no podrán aplicar métodos o prácticas comerciales coercitivas y desleales, ni cláusulas ni condiciones abusivas o impuestas unilateralmente en el establecimiento de productos o servicios, así como tampoco el proveedor deberá prestar servicios adicionales que no hubiesen sido solicitados por el consumidor en forma expresa, por escrito o por vía electrónica.

El artículo 13 de la Ley anterior, se refería principalmente a la facultad que tiene la Procuraduría para requerir información a los proveedores a efecto de sustanciar los procedimientos, agregando con la reforma del presente año, un párrafo, en el cuál se establece que Profeco, podrá realizar visitas, requerir información o documentación, para hacer cumplir la Ley, y para llevar a cabo dicha facultad, los proveedores, sus representantes o sus empleados, están obligados a permitir al personal de dicha Institución el acceso al lugar o lugares objeto de la verificación.

En el artículo 16 con las reformas actuales, se especifica los términos fines mercadotécnicos o publicitarios, con la finalidad de que la Ley Federal de Protección al Consumidor, sea clara en su interpretación.



Para una mayor protección al consumidor, al artículo 17 de la Ley en comento, se le adicionó un párrafo en el cuál se aclara y determina las características que debe de contener la publicidad que los proveedores hagan llegar a los consumidores con fines mercadotécnicos o publicitarios.

En el artículo 18 de la Ley, que a letra dice: “Queda prohibido a las empresas dedicadas a la investigación de crédito o de mercadotecnia y a sus clientes, utilizar la información con fines diferentes a los crediticios o mercadotécnicos”.

Al cuál con las reformas se le adicionó un párrafo, en el cuál la Procuraduría tiene la facultad para crear un registro público de consumidores, que no deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios, pudiendo los consumidores solicitar su inscripción a dicho registro el cuál será gratuito.

Como complemento del artículo anterior, se agregó a la Ley, el artículo 18 bis.

Como podemos observar, de las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor, del mes de febrero del presente año, se pretende ofrecer una mejor protección, no solamente a los consumidores, sino también al pequeño empresario, en su calidad de consumidor, así como un control de vigilancia más estricto, por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, en las relaciones de consumo.

El Capítulo II, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en lo referente a las Autoridades, también tuvo las siguientes reformas:

El artículo 19, nos refiere la facultad que tiene la Secretaría de Economía para determinar la política de protección al consumidor, que constituye uno de los

instrumentos sociales y económicos del Estado para favorecer y promover los intereses y derechos de los consumidores, mediante la expedición de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas.

Al artículo 24, fracción, la XII, el cuál establece la facultad que tiene la Secretaría de Economía, respecto de celebrar convenios con autoridades federales, estatales, municipales, del Distrito Federal, etc., en beneficio de los consumidores, se le agregó que también, dicha Secretaría, puede celebrar acuerdos interinstitucionales con otros países, de conformidad con las leyes respectivas.

Se le agregó a éste artículo, la fracción XIV bis, la cuál establece que la Procuraduría verificará las pesas, medidas, y los instrumentos de medición, que se utilicen en las operaciones comerciales, industriales o de servicios y en su caso realizar el ajuste a dichos instrumentos de medición, en términos de lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Debemos señalar que, dicha actividad la realizaba la Procuraduría, y que la misma no se encontraba establecida en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En lo concerniente a la imposición de medidas de apremio, la Procuraduría Federal del Consumidor, agregó al artículo 25, correspondiente a las sanciones, los siguientes incisos:

I.-Apercibimiento, de éste podemos decir que, anteriormente, dicho apercibimiento de multa, únicamente se encontraba contemplado en el formato RQ, esto es, el formato de queja que se levanta cuando un consumidor tiene alguna controversia con algún proveedor, situación que no se encontraba regulada en la Ley Federal de Protección al Consumidor y que, con las nuevas reformas, queda establecida.

II.- Multa de \$150.00 a \$15,000.00, con anterioridad, en el formato antes referido, únicamente se especificaba, en salarios mínimos, el monto de la sanción que se le impondría a aquel proveedor que incumpliera con el mandato que emitía la Procuraduría para su comparecencia, con la reforma se establece ya, una cantidad específica, que no podrá variar de la antes mencionada.

III.- Así mismo, se agrega ésta fracción, en la cuál se especifica que, si persiste la infracción, podrán imponerse nuevas multas por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato, hasta por la cantidad de \$6,000.00

Se anexa el artículo 25 bis, el cuál establece medidas precautorias que tomará y aplicará la Procuraduría, cuando se afecte la salud, la vida, o la economía de una colectividad de consumidores, dichas medidas son las siguientes:

I.- Inmovilización de envases, bienes, productos y transportes;

II.- El aseguramiento de bienes o productos, cuando éstos se comercialicen fuera del establecimiento comercial y no cumplan con las disposiciones aplicables conforme al procedimiento que al efecto establezca y que se publique en el Diario Oficial de la Federación, y lo hará del conocimiento de las autoridades competentes a fin de que adopten las medidas que procedan.

III.-Suspensión de la comercialización de bienes, productos o servicios;

IV.-Colocación de sellos de advertencia y

V.- Ordenar la suspensión de información o publicidad a que se refiere el artículo 35 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

El artículo 26 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece lo siguiente:

"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":

Con las reformas, se adicionó lo siguiente:

I.- Sentencia que declare que una o varias personas han realizado una conducta que ha ocasionado daños y perjuicios a consumidores, y, en consecuencia, proceda la reparación por la vía incidental a los interesados que acrediten su calidad de perjudicados. La indemnización de daños y perjuicios que en su caso corresponda no podrá ser inferior al veinte por ciento de los mismos, o

II.- La Procuraduría en representación de los consumidores afectados podrá ejercer por la vía incidental, la reclamación de los daños y perjuicios que correspondan, en base a la sentencia por la autoridad judicial.

Las atribuciones que este artículo otorga a la Procuraduría se ejercitarán previo análisis de su procedencia, tomando en consideración la gravedad, el número de reclamaciones o denuncias que se hubieran presentado en contra del proveedor o la afectación general que pudiera causarse a los consumidores en su salud o en su patrimonio.

La Procuraduría estará exenta de presentar garantía alguna ante las autoridades judiciales competentes, para el ejercicio de las acciones señaladas en las fracciones I y II."

Dichas reformas, se encuentran apegadas a lo establecido en el Programa de una Política de Protección e Información de los Consumidores, adoptado por el Consejo de las Comunidades Europeas el 19 de mayo de 1981, lo cual es muy loable y siempre en bienestar de los consumidores, pero surge la pregunta

¿Realmente se encuentra preparada la Procuraduría Federal del Consumidor, para éste tipo de cambio?

El Capítulo III denominado de la Información y Publicidad, se reformó el cuatro de febrero del año 2004, de la siguiente manera:

El artículo 35 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se refiere a la información y publicidad que viole las disposiciones de la Ley, facultándose a la Profeco, para imponer sanciones, agregándose a dicho artículo, la garantía de audiencia que tendría el proveedor que lleve a cabo dicha violación, como lo establece el artículo 123 de la misma Ley.

A efecto de llevar a cabo una mejor protección a los consumidores, la Procuraduría, establece en éste mismo artículo, las características que deberán presentar aquellos planes de servicios ofrecidos por los proveedores, así como lo que incluye cada uno de ellos.

El Capítulo V, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que se refiere a de las ventas a domicilio, mediatas o indirectas, fue reformado de la siguiente manera:

El Capítulo VI, denominado de los Servicios, se reformó de la siguiente manera:

Al artículo 58 de éste Capítulo, se le agregó únicamente, que los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos, no podrán negarlos condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas etc.

El artículo 63 de la Ley, que se refiere a los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, se reformó y adicionó,

para efecto de una mayor protección a éstos grupos, consistente en que el dinero que aporten los consumidores para ser administrado por un tercero, únicamente podrá ser utilizado para la adquisición de bienes determinados o determinables, ya sean muebles nuevos o inmuebles destinados a habitación o a uso de locales comerciales. El plazo para la comercialización, no podrá ser mayor de 5 años para bienes muebles y de 15 años para bienes inmuebles.

Así mismo se establecen los requisitos que deberá tener el solicitante para el otorgamiento de la autorización para la operación de los referidos sistemas de comercialización.

El contrato que utilice el solicitante que hubiese obtenido la autorización para la comercialización en comento, deberá ser registrado en el Registro Público de Contratos de Adhesión dependiente de la Procuraduría Federal del Consumidor.

En el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, se detalla y precisa los aspectos tales como características de los bienes y servicios que puedan ser objeto de los referidos sistemas de comercialización, la autorización y liquidación de grupos de consumidores, plazos de operación de los sistemas, tipos de cuotas y cuentas, adjudicaciones y asignaciones, gastos de administración, etc.

Se anexa el artículo 63 bis a la Ley, el cuál, como complemento del artículo anterior, establece todo lo referente a las prohibiciones que éstos grupos que integran sistemas de comercialización, tienen al respecto.

Así mismo, se crea el artículo 63 Ter, el cuál establece que las sociedades que administren los sistemas de comercialización a que se refieren los artículos antes referidos, tendrán la calidad de proveedores, por lo que éste será el responsable de que el consumidor reciba el bien contratado y conforme a las condiciones establecidas en el contrato.

El artículo 63 quater, establece las causas de revocación de la autorización otorgada al proveedor, esto es, cuando no cumpla con el cumplimiento a ciertos requisitos.

El artículo 63 quintus, señala las facultades que tendrán tanto la Secretaría de Economía, como la Procuraduría Federal del Consumidor, para verificar el cumplimiento de la Ley, del reglamento y de las demás disposiciones aplicables a la creación de grupos de sistemas de comercialización.

El Capítulo VII, que establece las operaciones de crédito, se reformó de la siguiente manera:

Al artículo 66 que establece: "En toda operación a crédito al consumidor, se deberá"., se agregaron las siguientes fracciones:

Fracción III que establece que, el proveedor tiene la obligación de informar al consumidor, el monto total a pagar por el bien, producto o servicio de que se trate, el número y monto de pagos individuales, los intereses, las comisiones y cargos correspondientes etc.

Fracción V.- Así mismo se está regulando y obligando al proveedor, a que envíe al consumidor, un estado de cuenta bimestral, el cuál deberá contener información referente a los cargos, pagos, intereses y comisiones.

El Capítulo VIII que se refiere a Las Operaciones con Inmuebles, fue reformado de la siguiente manera:

Se anexa el artículo 73 Bis, el cuál establece las condiciones y características que deberá contener la figura de la preventa del bien inmueble, cuando los proveedores sean fraccionadores, constructores, promotores etc.

El artículo 73 Ter, se refiere a las características que deberá contener el contrato de preventa referido en el artículo 73 bis.

La Ley anterior, únicamente establecía en forma genérica, la relación contractual de arrendamiento inmobiliario, que surgía entre proveedores y consumidores, figura que desaparece y da paso a regular exclusivamente las relaciones contractuales de preventa de bienes inmuebles.

Se anexa el Capítulo VIII Bis, denominado De los Derechos de los Consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

El Capítulo de referencia, establece los derechos y obligaciones que tienen las partes que celebran alguna transacción, a través de medios electrónicos.

El Capítulo IX, se refiere a las Garantías y el mismo se reformó de la siguiente manera:

El artículo 82 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establecía las opciones que tendría el consumidor, en caso de que el producto que hubiese sido reparado o sometido a mantenimiento, presentara deficiencias imputables al autor de la reparación, el quejoso podría solicitar la rescisión del contrato o la reducción del precio, así como la bonificación o compensación cuando la cosa u objeto del contrato tuviera defectos o vicios ocultos que la hicieran impropia para los usos a los que habitualmente se destinara, sin especificar la manera en la cuál se determinaría dicha reducción del precio o compensación, lo que con la reforma, queda plenamente establecido.

El Capítulo X referente a Los Contratos de Adhesión, se reformó de la siguiente manera:



El artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se refiere principalmente, al trámite a realizar por el proveedor a efecto de registrar el contrato que utiliza en sus operaciones comerciales, en el Registro Público de Contratos de Adhesión, dependiente de la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando la Norma Oficial Mexicana, así lo establece.

Ahora bien, con las reformas, se anexa el artículo 87 Bis, en el cuál se establece, como una manera más simplificada para que los proveedores registren sus contratos de adhesión, éstos serán publicados en el Diario Oficial de la Federación, dando aviso el proveedor, a la Procuraduría, sobre la adopción del modelo de contrato para efectos de su registro, estableciéndose asimismo, que una vez registrado dicho contrato, el proveedor deberá utilizarlo en sus operaciones comerciales, sin poderlo modificar ni incluir otras cláusulas o excepciones a su aplicación, situación que con la anterior Ley, únicamente se les informaba de viva voz a los proveedores dicha situación.

Se agregó asimismo el artículo 90 Bis, en el cuál se establece la penalización que sufrirá aquel proveedor que no utilice en sus operaciones comerciales, el contrato de adhesión que se encuentre debidamente inscrito en el Registro Público de Contratos de Adhesión, lo cuál podrá hacerlo del conocimiento de la Procuraduría, la parte consumidora o de oficio.

Esta situación no se contemplaba en la anterior Ley, por lo que consideramos que era necesario que quedara plasmado en la Ley actual.

En el Capítulo XI, denominado Del Incumplimiento, dicho Capítulo se reformó de la siguiente manera:

El artículo 92 de la Ley anterior establece lo siguiente: “Los consumidores tendrán derecho, a su elección, a la reposición del producto, o a la devolución de

la cantidad pagada, contra la entrega del producto adquirido, y en todo caso, a una bonificación o compensación, en los siguientes casos”

Se establecen cuatro fracciones y como complemento, con la reforma se agrega el artículo 92 bis., en el que se especifica, en qué momento el consumidor tendrá derecho a la bonificación o compensación y el artículo 92 Ter, hace referencia a la cantidad en porcentaje a la que tendría derecho el quejoso, cuando sucediera alguna de las situaciones establecidas en las fracciones que establece el artículo 92 de la Ley.

Consideramos que es conveniente que quede establecida la manera en la cuál hará efectivo el consumidor, su bonificación compensación, así como el pago de los daños y perjuicios, lo que la Ley anterior no contemplaba, dejando una laguna jurídica en ese sentido.

El Capítulo XII, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, denominado De Verificación y Vigilancia, se le reformó lo siguiente:

El artículo 97 que se refiere a la facultad que tienen los ciudadanos para poder denunciar a la Procuraduría, cualquier violación a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como ala Ley Federal sobre Metrología y Normalización, las normas oficiales mexicanas, podrá realizar dicha denuncia de acuerdo a lo que establecen las fracciones que se le agregaron a dicho artículo, situación que es conveniente en virtud de que en la anterior Ley, no se establecía la manera ni la forma en la cuál se llevaría a cabo dicha denuncia.

Los artículos 97 bis, 97 Ter y 97 Quater, que se agregaron con la reforma a la nueva Ley, se refieren a la orden de verificación a la que refiere el artículo 65 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, y a las visitas de verificación que se practiquen en los establecimientos.

Los artículos 98 Bis, 98 Ter, que se agregaron a la Ley, se refieren al seguimiento que se dará cuando con motivo de una visita de verificación, la Procuraduría detecte violaciones a la Ley y demás disposiciones aplicables, las cuáles se pondrán del conocimiento de los consumidores a través de los medios de comunicación masiva, así como la facultad que tiene la ésta para ordenar el aseguramiento de bienes o productos que se comercialicen fuera del establecimiento comercial cuando no cumplan con las disposiciones aplicables, lo que en la anterior Ley, no se establecía.

Lo anterior consideramos que es conveniente en virtud de que, con este tipo de modificaciones a la Ley, lo que se trata es de proteger de una manera más amplia al consumidor, y de que éste reciba información, respecto de la clase de proveedores que existen en el mercado, lo que anteriormente, el consumidor ignoraba.

El Capítulo XII, de la Ley, denominado Procedimientos, también fue reformado y quedó de la siguiente manera:

El artículo 100 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece lo siguiente:

“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”.

Ahora, con las reformas, se le adicionó un párrafo que establece que, una vez levantada la reclamación o queja, el consumidor podrá solicitar, el lugar en el cuál se desahogaran las audiencias de conciliación, esto es, el la Unidad de la Procuraduría, que el reclamante desee que se celebren.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

Consideramos que ésta reforma, no tiene sentido, porque si bien es cierto, hasta el año de 2003, existían Delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, en cada una de las Delegaciones Políticas que existen en el Distrito Federal y en los diferentes Municipios, y a partir del segundo semestre del año 2003, se zonificaron dichas delegaciones, esto es, se fusionaron dos o más demarcaciones, por ejemplo las Unidades de la Procuraduría que se encontraban ubicadas en la Delegación Política de Venustiano Carranza e Iztacalco, las absorbió la Delegación que se localiza en Iztapalapa, esto no obsta para otorgarle al consumidor la facultad, de elección de la zona en la cuál desea que se desarrolle su procedimiento ante la Procuraduría, en virtud de que se trata de un procedimiento administrativo gratuito para el consumidor, y éste se debe abocar al lugar que la Procuraduría le indique se llevará a cabo el procedimiento antes mencionado.

Al artículo 104 de la Ley, se le agregaron varios párrafos, entre los que destacan, la regulación de las notificaciones por estrados que la Procuraduría podrá efectuar, así como, el envío de documentación de una Delegación de la Profeco a otra que se encuentre dentro del Distrito Federal o en algún Estado de la Republica, esta situación se ve, cuando por ejemplo, se manda notificar de alguna reclamación a un proveedor, cuyo domicilio fiscal se localice en algún Estado de la República y éste comparece en la Delegación de la Procuraduría en ese lugar, comunicándose el Conciliador, vía telefónica, con el Conciliador de la Delegación en la cuál se celebrará la audiencia, a efecto de confirmar la presencia del Representante Legal de la empresa que comparece, una vez terminada ésta, se remiten vía fax, los documentos de la misma, quedando el proveedor debidamente notificado de la fecha de la siguiente audiencia de conciliación, situación que antes de la reforma, no se contemplaba en la Ley, por lo que ahora, se puede tener certeza jurídica, de que, dicha notificación para la celebración de la siguiente audiencia de conciliación, se encuentra legalmente efectuada.

El artículo 105 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, también tuvo reformas, dentro de las cuáles se encuentran, que anteriormente los consumidores tenían seis meses para interponer su reclamación ante la Procuraduría, en la nueva Ley, se amplía el término a un año y se clasifican las operaciones comerciales, cuando se trata de bienes o prestación de servicios, el año comenzará a correr de acuerdo a ciertas características y tratándose del otorgamiento del uso y goce temporal de bienes, el año correrá de acuerdo a lo establecido en la Ley.

Con la anterior Ley, no quedaba claro, a partir de qué momento comenzaba a computarse el término de seis meses para la interposición de la reclamación ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

El artículo 106 de la Ley, también, sufrió modificación a favor de la Procuraduría, esto es, que, dicho artículo se refiere a la consignación que el proveedor podrá realizar ante la Institución, mediante la exhibición de billetes de depósitos, mismos que, con la anterior Ley, cuando éstos eran consignados, se giraba Oficio al consumidor a efecto de hacerle de su conocimiento, que obraba billete de depósito, expedido por el proveedor, a efecto de dar por terminado el procedimiento conciliatorio ante la Procuraduría, situación que en muchas de las ocasiones, el consumidor o quejoso, ya fuera que no le interesaba cobrar dicho billete de depósito, o ya no residía en la Ciudad, o ya había fallecido, quedando resguardados dichos billetes ante la Procuraduría, por lo que, con la reforma, se adicionó un párrafo en el cuál se establece que la Procuraduría hubiese notificado al consumidor de la existencia de algún billete y hubiese transcurrido el término de tres años, contados a partir de la primera notificación y el consumidor no reclamase dicha cantidad, ésta pasará a favor de la Procuraduría.

La Sección Segunda de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que se refiere al procedimiento conciliatorio, también sufrió las reformas siguientes:

Al artículo 113 de la Ley se le agregó un párrafo en el que se especifica que, cuando la reclamación que interponga el consumidor se trate de una prestación de servicios o de suministro periódicos, tales como energía eléctrica, gas o telecomunicaciones, dentro de esta tenemos, el servicio telefónico ya sea local o celular, el proveedor no tendrá la facultad de interrumpir dicho servicio, en virtud de que se inicia un procedimiento en el cuál se deslindarán responsabilidades de ambas partes.

El artículo 114 de la Ley, se refiere al número de audiencias de conciliación que se celebrarán ante la Procuraduría, siendo en la actualidad de 3, anteriormente eran 2 y si no se llegaba a un arreglo conciliatorio, se daba inicio al siguiente procedimiento.

Asimismo, se agregó un párrafo en el que se establece que la Procuraduría, emitirá un dictamen, en el cuál se cuantificará la cantidad líquida de la obligación contractual que existe entre las partes, con la finalidad de constituir un título ejecutivo no negociable a favor del consumidor, siempre y cuando la obligación contractual incumplida que en él se consigne, sea cierta, exigible y líquida a juicio de la autoridad judicial.

Esta modificación, consideramos que es acertada, toda vez que, si el proveedor no se quiere obligar mediante un convenio a cumplir alguna obligación ya sea de dar, de hacer o de no hacer, al menos teniendo el dictamen o certificado antes referido, el consumidor que no hubiese sido satisfecho en su reclamación, podrá acudir ante la autoridad judicial a hacer efectivo dicho dictamen, en la vía de apremio.

Los artículos 114 bis y 114 Ter, se refieren a las bases que debe contener el dictamen antes referido.

En el Capítulo XIV, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que se denomina Sanciones, sufrió las siguientes modificaciones:

Este Capítulo como su nombre lo dice, se refiere al tipo de sanciones que la Procuraduría Federal del Consumidor, dentro de sus facultades, puede imponer, cuando existe alguna violación a la Ley, así en el artículo 128, se establecía cierta sanción a aquellos proveedores que incurrieran en violación a las disposiciones establecidas en Ley, cuando éstas se consideraban graves, sin establecer que situaciones se entendían como graves, en la nueva Ley, se adicionó el artículo 128 Bis, el cuál especifica los casos que la Ley considera como graves para la interposición de la sanción de clausura del establecimiento y de la aplicación de una multa.

Este artículo que se anexó, es importante en virtud de que, al aplicar la Ley Federal de Protección al Consumidor, cuando se encontraba la reclamación dentro del procedimiento por infracciones a la Ley, el abogado resolutor no tenía la certeza jurídica para determinar si la violación a la Ley que había cometido el proveedor, era un caso particularmente grave para estar en posibilidad de aplicar una sanción de clausura.

Asimismo, se anexó el artículo 128 quater, en el cuál se establece, la aplicación de una nueva sanción, aparte de la clausura, multa y arresto, que consiste en la prohibición de comercialización de bienes o productos, cuando habiendo sido suspendida ésta, se determine que no es posible su acondicionamiento, reproceso, reparación o sustitución.

Cabe mencionar que en la anterior Ley, se establecía como monto de la sanción a imponer, hasta \$63,000.00 en la Ley actual, el monto de multa a aplicar puede ser desde \$450.00 hasta \$1,760,000.00, por lo que podemos observar que dicho incremento fue bastante elevado y el mismo se actualizará cada año por

inflación, basándose la Procuraduría, en la variación observada por el Banco de México entre la última actualización de dichos montos.

En el Capítulo XV, de la Ley, denominado Recursos Administrativos, sufrió las siguientes modificaciones:

Con la aplicación de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo de manera supletoria, al procedimiento administrativo seguido ante la Procuraduría Federal del Consumidor, se derogaron varios artículos del Capítulo mencionado.

Como podemos observar, la mayoría de las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor, efectuadas en el mes de febrero del año 2004, representan una mayor protección jurídica a los consumidores, situación que era preciso realizar, debido a los cambios que día a día sufre el comercio en nuestro país y a que, surgen nuevas y diversas formas de comercialización, en las que los consumidores no se encuentran inmersos, lo que puede traer como consecuencia, el abuso de los proveedores.



## CAPÍTULO II

### 2.- DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO

#### 2.1 INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Estos preceptos se encuentran regulados dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el Capítulo III, que contiene los artículos del 32 al 45 y en los cuáles se establece que la información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma deberá de ser veraz comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos imágenes y otras descripciones que puedan inducir al consumidor a error en la adquisición del producto.

En lo relativo a la información de productos importados, la Procuraduría Federal del Consumidor, vigilará que éstos, contengan el lugar de origen, y en su caso, los lugares o establecimientos en los que, en caso de descompostura del bien, pueda el consumidor, acudir a solicitar la reparación del mismo así como las instrucciones y garantías correspondientes, las que deberán encontrarse en idioma español y el costo de los mismos deberá establecerse en moneda nacional, en términos comprensibles y legales conforme al sistema general de unidades de medida.

En el supuesto de que no se cumpla con lo descrito en el párrafo anterior, la Procuraduría tiene facultad, de ordenar que se realice la publicidad correctiva en la forma que se estime suficiente y de no acatarlo los proveedores, la Procuraduría impondrá sanciones, obviamente sin perjuicio de la garantía de audiencia a que tiene derecho todo ciudadano.

Así mismo la Procuraduría sancionará a petición de parte, en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, a quién inserte algún aviso en la

prensa o en cualquier otro medio masivo de difusión, dirigido nominativa e indubitadamente a uno o varios consumidores para hacer efectivo un cobro o el cumplimiento de un contrato.

Igualmente la Ley en comento sanciona al proveedor, si no existe veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones prometidas o sugeridas y además de las sanciones a que se haga acreedor, tendrá la obligación de dar cumplimiento a lo ofrecido, o cuando esto no sea posible, a la reposición de los gastos necesarios que pruebe haber efectuado el adquiriente y en su caso el pago de daños y perjuicios.

Podemos mencionar que, en la práctica difícilmente el consumidor puede acreditar los gastos efectuados con motivo de una información no veraz, por parte del proveedor, así como éste último, no tan fácilmente pagará los daños y perjuicios que hubiere ocasionado con este motivo, ya que si bien es cierto, la Procuraduría Federal del Consumidor a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor, obliga a los proveedores a éste tipo de pago, la Profeco no tiene mayor fuerza coercitiva, más que la imposición de sanciones, las cuáles se aplican, pero tratándose de negociaciones de cuantía menor, cuando la Autoridad correspondiente, en éste caso la Tesorería del Distrito Federal, hace efectivo el cobro de dichas multas, después de más de dos años, estos negocios ya desaparecieron, debido a la situación económica por la que atraviesa el país, por lo que resulta obsoleta ésta dizque protección al consumidor establecida en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Cuando se trata de bienes usados o reconstruidos, esto se deberá advertir al consumidor ya sea verbalmente o en su defecto deberá hacerse constar en los propios bienes, en las envolturas, en las notas de remisión o facturas correspondientes.

Dentro de éste Capítulo asimismo se establece que si el producto lleva la leyenda de "garantía" o "garantizado", sólo se empleará cuando se indique en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerlas efectivas.

Si se trata de algún producto que resulte potencialmente peligroso para el consumidor o lesivo para el ambiente, 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 de no ser así el proveedor responderá de los daños u perjuicios que se ocasionen con éste motivo.

El artículo 42 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que: "El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegadas, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor".

Del artículo antes transcrito, podemos percibir que, el consumidor se encuentra protegido contra aquellas publicaciones que pudiesen ser engañosas y ocasionarle daños y perjuicios ya sea personales o en cuanto a su patrimonio.

En cuanto a la publicidad de los productos, la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que no se podrá condicionar la venta, adquisición o renta de otro producto o prestación de un servicio, toda vez que se presumirá la existencia de productos o servicios cuando éstos se anuncien como disponibles.

La Procuraduría lleva a cabo investigaciones periódicas a las diferentes empresas, marcas o servicios que prestan éstas, publicando continuamente los resultados para conocimiento del público consumidor.

La publicación antes referida se lleva a cabo en la revista del Consumidor que se expide mensualmente en los diferentes puestos de revistas y que tiene un costo de \$35.00, lo que es criticable, toda vez que dicha relación de empresas o proveedores que han incurrido en violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, debería de transmitirse a través del canal de televisión en el cuál se proyectan las diferentes tecnologías que el consumidor puede elaborar ya que los medios masivos de comunicación, se encuentran al alcance de la mayoría del público consumidor y resulta menos costoso, que el adquirir la revista del consumidor.

## **2.2 PROMOCIONES Y OFERTAS**

De las promociones y ofertas se encuentra contemplado en el Capítulo IV, de la Ley Federal de Protección al Consumidor y sus disposiciones se encuentran contempladas de los artículos del 46 al 50.

La Ley en mención considera promociones a las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios.

La Procuraduría vigilará los ofrecimientos que realicen los proveedores como pueden ser, ofrecer un bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita a precio reducido o a un solo precio, que el contenido adicional de los productos sea en forma gratuita y no se incremente su costo, que si los productos contienen leyendas impresas en las tapas, etiquetas o envases de los productos o incluidas dentro de aquellos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse, tenga certeza, que si los productos contienen como incentivo participar en sorteos, concursos y otros eventos similares, se cumplan.

La Ley en comento comprende por oferta, barata, descuento, remate o cualquier otra expresión similar, al ofrecimiento al público de productos o servicios

de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento.

En las promociones y ofertas se observará que los anuncios respectivos indiquen 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 que los consumidores tendrán derecho a la adquisición durante el plazo previamente determinado, o en tanto exista disponibilidad, de los bienes o servicios de que se trate.

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 a la rescisión del contrato y en todo caso, tendrá derecho al pago de daños y perjuicios, el cuál no podrá ser inferior a la diferencia económica entre el precio al que se ofrezca y su precio normal.

De lo anterior se concluye que la Ley Federal de Protección al Consumidor, se está a lo concerniente en cuanto a la oferta o policitación, a las obligaciones de dar que contempla como contratos de compraventa el Código Civil del Distrito Federal.

## **2.3 VENTAS A DOMICILIO**

De las ventas a domicilio, mediatas o indirectas, se encuentra contemplado en el Capítulo V, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en los artículos del 51 al 56.

En éste Capítulo se contempla desde que se entiende por venta a domicilio mediata o indirecta, y a la letra dice: "Por venta a domicilio directa, 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 recibida por el consumidor y pagadas de contado".

Así mismo se establece la formalidad en que deberán llevarse a cabo las ventas, esto es en forma escrita, en un documento que deberá de contener el nombre y la dirección del proveedor e identificación de la operación de los bienes y servicios de que se trate, debiendo de entregar al consumidor una copia de dicho documento a efecto de que éste, acredite su adquisición.

Dentro de éste Capítulo se contempla el caso contrario, que sucedería si el proveedor no entrega al consumidor el documento con el cuál puede acreditar dicha compraventa, como pudiera ser los servicios de correo, u otros en que el trato no sea directo con el comprador, luego entonces, el proveedor deberá cerciorarse de que la entrega del bien o servicio efectivamente se realice en el domicilio del consumidor o que el consumidor esté plenamente identificado, o de lo contrario, permitir al consumidor hacer las reclamaciones y devoluciones por medios similares a los utilizados para la venta.

En cuanto a las garantías otorgadas y en virtud de que no existe un documento en el cuál se detallen, el proveedor deberá cubrir los gastos de transporte y envío de mercancía en caso de haber devoluciones o reparaciones, así como de informar previamente al consumidor el precio, fecha aproximada de entrega, costos de seguro y flete y en su caso, la marca del bien o el servicio.

Cuando el cobro de por un bien o servicio se haga en forma automática al recibo telefónico, como por ejemplo el servicio de Directorios Telefónicos, o a una cuenta de tarjeta de crédito, o a otro recibo o cuenta que le leven al consumidor, el proveedor y el agente cobrador deberán de advertir de ésta situación a la parte

consumidora ya sea en la publicidad, en el canal de venta o en el recibo. Esto 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.

El artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que, el contrato se perfeccionará a los cinco días hábiles contados a partir de la fecha de entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda, dentro de ese término, el consumidor podrá revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna.

La revocación a que se refiere el artículo antes mencionado el consumidor la deberá hacer mediante aviso o entrega del bien en forma personal, por correo registrado o por otro medio fehaciente, en este caso los costos de flete y seguro correrán a cargo del consumidor, quedando revocada dicha operación.

Si se trata 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.

## **2.4 DE LOS SERVICIOS**

Los servicios de encuentran incorporados en la Ley Federal de Protección al Consumidor en el Capítulo VI que corresponde a los artículos del 57 al 65.

El artículo 57 de la Ley en comento establece que 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 y entendibles.

La Ley establece también, que los proveedores de bienes y servicios que los ofrezcan al público, no podrán establecer preferencias o discriminaciones,

respecto a los solicitantes del servicio, como pueden ser selección de clientela, reserva del derecho de admisión, que se da continuamente, 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.

Si otros ordenamientos prohíben la entrada a los establecimientos antes referidos, los 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 los implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos, educativas o deportivas necesarios para su uso personal, incluyendo el perro guía en el caso de invidentes.

Para prestar el servicio, 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 disposiciones 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.

Cuando se trate de una prestación de servicio como puede ser la reparación de un vehículo, de un aparato eléctrico o electrónico, el proveedor deberá presentar presupuesto por escrito el cuál 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.



Las personas dedicadas a la reparación de toda clase de productos deberá 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 el pago de daños y perjuicios.

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 al que esté destinado. El derecho a indemnización no podrá ser suprimido o limitado por pacto entre las partes.

Otro factor importante que contempla este capítulo, se refiere a que los prestadores de servicios tendrán la obligación de expedir factura o comprobante de los trabajos efectuados, en el 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.

Cuando se trate de sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administrados por un tercero, destinadas a la adquisición de determinados bienes y servicios, sólo podrán ponerse en práctica previa notificación que realicen a la Secretaría de Economía.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, ampara el servicio de tiempo compartido y lo interpreta como el acto jurídico que 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 periodos previamente convenidos, mediante el pago de alguna cantidad, sin que, en el caso de inmuebles, se transmita el dominio de éstos.

El artículo 65 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que: "La venta o preventiva de un servicio de tiempo compartido, sólo podrá iniciarse previa notificación a la Secretaría de Economía y el contrato correspondiente deberá especificar:

I.- Nombre y domicilio del proveedor;

II.- Lugar donde se prestará el servicio;

III.- Determinación clara de los derechos de uso y goce de bienes que tendrán los compradores, incluyendo periodos de uso y goce;

IV.- El costo de los gastos de mantenimiento para el primer año y la manera en que se determinarán los cambios en este costos en periodos subsecuentes.

V.- Las operaciones de intercambio con otros prestadores del servicio y si existen costos adicionales para realizar tales intercambios y;

VI.- Descripción de las fianzas y garantías que se otorgarán a favor del consumidor.

## **2.5 OPERACIONES DE CRÉDITO**

El Capítulo VII, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se refiere a las Operaciones de Crédito y se encuentra contemplados en los artículos del 66 al 72..

En éste Capítulo se establecen las bases para la obtención de productos a crédito, y que el consumidor deberá conocer, como son, las diferencias que existen entre un precio de contado y un precio a crédito y el detalle de cualquier

cargo si lo hubiera, respeto del bien o servicio de que se trate, la periodicidad en que se realizarán los abonos, el derecho que se tiene a liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de intereses, los intereses incluidos los moratorios, se calcularán conforme a una tasa de interés fija o variable.

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 ser señalada al consumidor. De utilizarse una tasa fija, también, se informará al consumidor el monto de los intereses a pagar en cada periodo. De utilizarse una tasa variable, se informará al consumidor sobre la regla de ajuste a 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.

Se deberá expresar el precio al público del bien o servicio, el cuál será independiente de los intereses y cargos correspondientes y se respetará el precio que se hubiese pactado originalmente en operaciones a plazo o con reserva de dominio, salvo lo dispuesto en otras leyes o convenio en contrario.

Si el consumidor aporta un enganche al realizar una compraventa a plazo o de prestación de servicios con pago diferido, se calcularán los intereses sobre el precio de contado menos el enganche mencionado.

Se podrán capitalizar intereses cuando exista acuerdo previo de las partes, en cuyo caso el proveedor deberá proporcionar al consumidor estado de cuenta mensual.

En cuanto a los intereses, éstos se causarán exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado, sino únicamente por periodos vencidos.

En lo referente a la compraventa a plazos de bienes muebles e inmuebles, el artículo 70 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que: "En los casos de compraventa a plazos de bienes muebles e 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 hubiere 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 demérito 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".

En la práctica éste tipo de compraventa se verifica principalmente en las adquisiciones en establecimientos como Electra, Elektrafin Comercial, Salinas y Rocha, S.A. de CV., Compañía Hermanos Vázquez, así como en Distribuidoras de vehículos nuevos y usados de las diferentes marcas.

La Ley también contempla las operaciones en que el precio debe cubrirse en exhibiciones periódicas, cuando el consumidor hubiere 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 o por el pago del adeudo vencido mas las prestaciones que legalmente procedan. Los pagos que realice el consumidor, aún en forma extemporánea y que sean aceptados por el proveedor, liberan a aquel de las obligaciones inherentes a dichos pagos.

Si el comerciante desea aplicar un cargo, 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.

## **2.6 DE LAS OPERACIONES CON INMUEBLES**

En lo referente a éste Capítulo VIII, en la Ley Federal de Protección al Consumidor, que estuvo vigente hasta el año de 1992, si contemplaba la protección a los consumidores , en lo referente al arrendamiento inmobiliario, inclusive existía un Departamento especializado en éste tipo de controversias, dicho Capítulo contempla los artículos del 73 al 76.

En la actual Ley, únicamente rige en lo concerniente a los actos relacionados con inmuebles cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas destinadas a casa habitación para venta al público o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido.

En el año de 1993, por Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 21 de junio y 23 de septiembre del año 1993, se otorgó a la Procuraduría Federal del Consumidor, la facultad de proteger a los consumidores que hubieren celebrado contrato de arrendamiento del año de 1993 hacia atrás.

Los consumidores que tuvieran controversias, en materia de arrendamiento inmobiliario y que hubieren celebrado contrato de arrendamiento después del año de 1993, se remitían a los juzgados de Arrendamiento Inmobiliario del Distrito Federal, ubicados en la colonia Doctores.

En la práctica ante la Procuraduría Federal del Consumidor cuando se presentaba alguna controversia de arrendamiento inmobiliario, se citaba a la parte proveedora en éste caso el arrendador a efecto de llegar a un arreglo conciliatorio entre las partes.

En tratándose de bienes inmuebles de proveedores fraccionadores o constructores, la Ley de la Materia, contempla las situaciones en las cuáles dichos proveedores, no entregan física o realmente el bien materia de la transacción en el plazo pactado con el consumidor y de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas u ofrecidas.

En cuanto a los fraccionadores, la Procuraduría cuidará y vigilará que, tengan el contrato de compraventa con el que rigen sus operaciones comerciales, debidamente registrado en el Registro Público de Contratos de Adhesión de la misma Procuraduría, en los cuáles se deberá especificar los plazos y demás elementos que individualicen el bien, como puede ser la ubicación, las colindancias que tiene el inmueble en relación con los otros, el precio del mismo, los servicios con los que cuenta, los metros cuadrados de construcción que posea el bien, las áreas comunes, etc.

El Capítulo antes referido lo encontramos regulado en la Ley Federal de Protección al Consumidor de las páginas 39 y 40 de la misma.

## **2.7 DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LAS TRANSACCIONES EFECTUADAS A TRAVÉS DEL USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS, ÓPTICOS O DE CUALQUIER OTRA TECNOLOGÍA.**

En virtud de que no hace muchos años, la tecnología ha avanzado en nuestro país, la Procuraduría Federal del Consumidor, no se podía quedar atrás, por lo que se agregó el Capítulo VIII bis, a la Ley Federal de Protección al Consumidor, por decreto de Ley y se encuentra contemplado en el artículo del 76 Bis.

Las disposiciones del Capítulo mencionado se 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 estas relaciones entre las partes, el proveedor deberá utilizar la información proporcionada por el consumidor, en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla ni transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización del consumidor o por requerimiento de autoridad competente.

Para mayor protección del consumidor en éste tipo de relaciones comerciales, el proveedor deberá proporcionar al consumidor su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones.

En virtud de que se trata de la prestación de un servicio, el consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales (en su caso), y formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor.

Así mismo 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 niños, ancianos, enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

## **2.8 DE LAS GARANTÍAS**

El Capítulo IX de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece las garantías a que los productos están sujetos, así como su duración y condiciones de la misma, se encuentra contemplado en los artículos del 77 al 84.

La póliza de garantía la expedirá el proveedor por escrito, de manera clara y precisa, expresando, por lo menos, su alcance, duración, condiciones mecanismos para hacerla efectiva, domicilio para reclamaciones y establecimientos o talleres de servicio y se deberá entregar al consumidor al momento de la entrega del bien o servicio de que se trate.

Las garantías ofrecidas no pueden ser inferiores a las ya determinadas por las disposiciones aplicables ni prescribir condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente corresponden al consumidor.

Así mismo el cumplimiento de las garantías podrá ser exigible por el consumidor, indistintamente al proveedor o 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.

Respecto del lugar en el cuál se deberán hacer cumplir las garantías, esta será 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.

Si el lugar al que debiera acudir el consumidor a hacer efectiva su póliza de garantía fuera distinto al señalado en la póliza mencionada, el proveedor cubrirá al consumidor los gastos razonablemente erogados para lograr el cumplimiento de la garantía.

Para el caso de que en los bienes adquiridos por el consumidor, sufran alguna avería o descompostura, los productores responderán y asegurarán el suministro oportuno de partes y refacciones, así como del servicio de reparación, durante el término de vigencia de la garantía y posteriormente, durante el tiempo en que los productos sigan fabricándose, armándose o distribuyéndose.



Mediante Normas Oficiales Mexicanas, la Secretaría de Economía podrá disponer que determinados productos deban 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.

En caso de que el producto que hubiese sido sometido a reparaciones o mantenimiento presentara deficiencias imputables al autor de la reparación o del mantenimiento dentro de los 30 días naturales posteriores a la entrega del producto al consumidor, éste tendrá derecho a que sea reparado o mantenido de nuevo sin costo alguno. Si el plazo de la garantía es superior a los 30 días naturales, se estará a dicho plazo.

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

En lo referente al tiempo que duren las reparaciones efectuadas al amparo de la garantía no es computable dentro del plazo de la misma, esto es que, el término de garantía se suspende cuando el producto se encuentre en reparación y una vez entregado el bien, la garantía, en lo concerniente a los demás componentes no reparados, continúa, iniciando un nuevo término de garantía, en lo concerniente a las refacciones utilizadas en la reparación del bien.

En caso de que el bien reparado no hubiere quedado en buenas condiciones de uso, y se hubieren llevado a cabo más de tres reparaciones al mismo, con acreditación de las mismas por el consumidor, el proveedor deberá reponer el bien, renovándose el plazo de garantía, esto es, volviendo a iniciar uno nuevo.

## 2.9 DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN

El Capítulo X de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se refiere a los contratos de adhesión, y se especifica en los artículos del 85 al 90 Bis.

El artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, nos establece el concepto de lo que se entiende por contrato de adhesión: "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 a 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".

La Secretaría de Economía mediante normas oficiales mexicanas, podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones in equitativas o abusivas o altas improbabilidades de cumplimiento.

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

Efectivamente como lo establece la Ley, en la Procuraduría Federal del Consumidor, existe una Dirección denominada; Dirección General de Contratos de Adhesión, en donde un grupo de abogados se encarga de dictaminar los contratos exhibidos por los proveedores y que sea obligatorio su registro ante la Procuraduría de acuerdo a las Normas Oficiales Mexicanas, a efecto de que no contengan cláusulas dañinas al consumidor.

En este tipo de contratos se deberán incluir los servicios adicionales, especiales o conexos que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico.

Una vez dictaminado y sancionado el contrato exhibido por el proveedor para su registro, éste deberá de utilizar dicho contrato en sus operaciones comerciales con el público consumidor, y cualquier diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría y el utilizado, se tendrá por no puesto.

La ventaja de que el proveedor tenga registrado su contrato de adhesión ante la Procuraduría Federal del Consumidor radica en que, tanto proveedor como consumidor tienen la certeza jurídica de que, en caso de alguna controversia, podrán someterse a la jurisdicción de la Procuraduría Federal del Consumidor, en donde, al consumidor ni al proveedor le costará cantidad alguna el ejercer su derecho de comparecer ante una instancia conciliatoria en donde se podrán dirimir las controversias sin tener que llevar a cabo un juicio largo y costoso principalmente para el consumidor.

## **2.10 DEL INCUMPLIMIENTO**

El Capítulo XI de la Ley, se refiere al incumplimiento y se encuentra contemplado del artículo 91 al 95.

Otra de las circunstancias que frecuentemente se presentan es ¿que hacer si el proveedor no da cumplimiento a lo establecido en el contrato ya sea de compraventa o de prestación de servicios?

¿Qué es lo que sucede si el consumidor efectuó algún pago de más?. El consumidor tendrá derecho a: Hacerlo del conocimiento del proveedor, a que éste

último le reembolse la cantidad que pago en exceso el consumidor dentro del término de cinco días posteriores a la reclamación y de no hacerlo, la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que deberá pagar el proveedor el máximo de los intereses, con base en el costo porcentual promedio de captación que determine el Banco de México o cualquier otra tasa que lo substituya oficialmente, como indicador del costo de los recursos financieros.

El consumidor tendrá un año para hacer exigible dicho cobro.

Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto, a la bonificación, compensación o devolución de la cantidad pagada, a su elección, 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.

Así mismo si el bien no corresponde a la calidad, marca o especificaciones y demás elementos sustanciales bajo los cuales se haya ofrecido y si el bien reparado no queda en estado adecuado para su uso o destino, dentro del plazo de garantía igualmente tendrá el consumidor derecho a la reposición del producto.

El proveedor se podrá negar a satisfacer la reclamación del consumidor, si éste la presenta en forma extemporánea, esto es, dos meses después de la fecha en que el consumidor hubiere recibido el producto, cuando el producto hubiese 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.

A efecto de que la Procuraduría Federal del Consumidor realice una comprobación de calidad, especificaciones o cualquier otra característica, conforme a las Normas Oficiales mexicanas, ésta cuenta con una Dirección

General de Vigilancia y Verificación, la cuál se encuentra regulada en el Capítulo siguiente que enseguida se verá a fondo.

## **2.11 DE LA VIGILANCIA Y VERIFICACIÓN**

El Capítulo XII, de la Ley, se denomina de la Vigilancia y Verificación y se encuentra establecido en los artículos del 96 al 98 Ter.

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 cuales se presten servicios, actuando en oficio y en los términos en que dispone la Ley y por lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

La Procuraduría realiza visitas de verificación en las cuáles examina 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, verifica precios, cantidades, cualidades, contenidos netos, masa drenada, tarifas e instrumentos de medición de dichos bienes o servicios, constata la existencia o inexistencia de productos o mercancías, atendiendo al giro del proveedor.

La Ley Federal sobre Metrología y Normalización tiene por objeto entre otros, en materia de metrología, establecer el sistema general de unidades de medida; precisar los conceptos fundamentales sobre metrología; establecer los requisitos para la fabricación, importación, reparación, venta, verificación y uso de los instrumentos para medir y los patrones de medida; establecer la obligatoriedad de la medición en transacciones comerciales y de indicar el contenido neto en los

productos envasados; instituir el Sistema Nacional de Calibración, Crear el Centro de Metrología, como organismo de alto nivel técnico en la materia.

En materia de normalización, certificación acreditamiento y verificación, tiene el siguiente objeto: Fomentar la transparencia y eficiencia en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas; Instituir la Comisión Nacional de Normalización para que coadyuve en las actividades que sobre normalización corresponde realizar a las distintas dependencias de la administración pública federal; establecer un procedimiento uniforme para la elaboración de normas oficiales mexicanas por las dependencias de la administración pública federal; establecer el sistema nacional de acreditamiento de organismos de normalización y de certificación, unidades de verificación y de laboratorios de prueba y de calibración y; en general, divulgar las acciones de normalización y demás actividades relacionadas con la materia.

**Acreditación:** es el acto por el cuál una entidad de acreditación reconoce la competencia técnica y confiabilidad de los organismos de certificación, de los laboratorios de prueba, de los laboratorios de calibración y de las unidades de verificación para la evaluación de la conformidad.

**Calibración:** Es el conjunto de operaciones que tiene por finalidad determinar los errores de un instrumento para medir y, de ser necesario, otras características metroológicas.

**Certificación:** Procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta a las normas o lineamientos o recomendaciones de organismos dedicados a la normalización nacionales o internacionales.

El Sistema General de Unidades de Medida se integra, entre otras, con las unidades básicas del Sistema Internacional de Unidades como son: de longitud: El

metro; la masa; el kilogramo; de tiempo: El segundo; de temperatura termodinámica: El kelvin; de intensidad de corriente eléctrica: El ampere; de intensidad luminosa: La candela y de cantidad de sustancia: El mol, así como con las suplementarias, las derivadas de las unidades base y los múltiplos y submúltiplos de todas ellas, que apruebe la Conferencia General de Pesas y Medidas y se prevean en normas oficiales.

El Sistema Nacional de Calibración tiene por objeto procurar la uniformidad y confiabilidad de las mediciones que se realizan en el país, tanto en lo concerniente a las transacciones comerciales y de servicios, como en los procesos industriales y sus respectivos trabajos de investigación científica y de desarrollo tecnológico.

## CAPÍTULO III

### DERECHO DEL CONSUMO Y SU REGULACIÓN JURÍDICA EN ALGUNOS PAÍSES DEL MUNDO.

#### 3.1.- EL DERECHO DEL CONSUMO EN VALENCIA, ESPAÑA.

La Protección al Consumidor es materia que viene guardando evidente relación con buena parte de las disciplinas que conforman el ordenamiento jurídico. Ciertamente en normas de diversa naturaleza, como lo son: Civil, mercantil, penal y procesal, pueden hallarse declaraciones y cautelas que contribuyen a beneficiar la posición de los consumidores.

Sin embargo, como corresponde por otra parte a la específica procedencia sectorial de aquellas disposiciones legales, es frecuente comprobar que el propósito del legislador no se dirigía, al menos en primer término, a conseguir la defensa y protección del consumidor.

Las perspectivas con que actualmente se contemplan los derechos e intereses del consumidor ya son sustancialmente distintos, de suerte que se han consagrado plenamente la inequívoca exigencia de dotarles de un tratamiento común y el más alto nivel jurídico formal.

En definitiva se abre paso la idea para el reconocimiento del carácter público y prioritario que ha de informar la tutela de estos derechos e intereses, la necesidad de proclamar sus principios básicos de actuación, y el señalamiento de los criterios que han de presidir las respectivas iniciativas legislativas, que, en ocasiones, habrán de tener presente la obligada primacía del interés del consumidor sobre cualquier otro legítimo pero subordinado con el que pueda entrar en conflicto dentro del habitual desenvolvimiento del mercado de bienes y servicios, cuya dinámica tradicional se ha visto modificada notablemente por el



desarrollo de las técnicas comerciales y la aparición de estructuras sólidamente organizadas que evidencian la situación de la desigualdad en que se encuentra el individuo, en cuanto consumidor y usuario, reflejo de éste cambio de orientación lo representa la propia Constitución de 1978.

En efecto, en el artículo 51 de la mencionada Constitución, se compromete a los poderes públicos a garantizar la defensa de los consumidores y usuarios mediante la protección de su seguridad, su salud y sus legítimos intereses económicos a promover su información y educación, a fomentar sus organizaciones y a oír a éstas en cuantas cuestiones les afecten.

No es otra la trayectoria mantenida en el seno de las Comunidades Europeas, cuyas Instituciones han sentado en distintas ocasiones los oportunos criterios armonizadores, como fiel trasunto de la unánime preocupación de la protección e información de quienes son destinatarios finales del mercado y bienes y servicios, en situación de eventual indefensión o inferioridad.

La Ley, por tanto, se dirige a regular la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, dentro del ámbito territorial de su Comunidad, con la esperanza de que constituya un valioso y eficaz instrumento de protección jurídica.

Dentro de los aspectos fundamentales de esta norma cabe destacar la potenciación del movimiento asociativo y de autoorganización de los consumidores, mediante su apoyo técnico y financiero, el favorecimiento de su educación e información y la representación, participación y audiencia a través de las asociaciones legalmente articuladas, que se integran en un órgano especial, Consejo Asesor de Consumo, previsto en la Ley para estos efectos.

Así mismo conscientes de los ataques a los derechos del consumidor trascienden más allá del simple plano individual y afectan a los propios intereses

generales de la colectividad, la Ley, tampoco puede descuidar el establecimiento de un adecuado régimen sancionador con el que poder otorgar legítima respuesta jurídica a cuantas conductas ilícitas eludan los mandatos de la norma.

El Gobierno Valenciano, en el ámbito de su competencia, vela por la aplicación de la legislación general que tenga por objeto evitar que los productos y servicios destinados al consumo y uso puedan provocar, previsiblemente, peligro para la salud y la seguridad física de quienes los consuman o usen.

La Generalitat, que según el diccionario de la lengua española significa, “el nombre que se dio en lo antiguo a las Cortes Catalanas y posteriormente al organismo que velaba por el cumplimiento de sus acuerdos. Nombre que se le dio a cada uno de los organismos que gobiernan respectivamente Cataluña y la Comunidad Valenciana, según lo establecido por la Constitución Española y por los estatutos de aquellos territorios autónomos”<sup>8</sup>, por lo que debe entenderse como un organismo del gobierno español, y éste en el ámbito de su competencia desarrolla con especial intensidad, las campañas de inspección y análisis con difusión, en su caso, de sus resultados en los bienes y servicios, así mismo anualmente programa y hace público el desarrollo de las campañas encaminadas a la mejora de la calidad de vida en los aspectos relativos a la salud y seguridad en materia de uso y consumo, siendo objetivo prioritario de las mismas la difusión de la formación de los consumidores y usuarios para obtener el más alto conocimiento de los modos de consumo o empleo de los bienes o servicios y la defensa de sus derechos.

Por la Generalitat, se proporcionan acuerdos y convenios entre Asociaciones de Consumidores y Grupos o Asociaciones de Empresarios para la utilización de condiciones contractuales que favorezcan los intereses de los consumidores y usuarios. A tales efectos el gobierno procura la difusión de tales

---

<sup>8</sup> Enciclopedia de la Lengua Española, Tomo IV, Editorial Ramón Sopena, S.A., Provenzi 95, Barcelona 1979, Pág. 3887

acuerdos en los medios de comunicación en especial los de titularidad pública, resultando las ventajas incorporadas en las condiciones generales pactadas. La existencia de tales pactos podrá hacerse pública por los empresarios concertados mediante el uso de distintivos autorizados al efecto.

Los medios de comunicación social de titularidad pertenecientes a las Administraciones dependientes del Gobierno Valenciano, habilitan espacios y programas para el acceso a los mismos de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios, en los términos que el reglamento lo determine, y dedica espacios y programas no publicitarios a la información de los destinatarios finales de los bienes y servicios. En los medios de comunicación de titularidad privada se fomenta la creación y desarrollo de programas gratuitos dedicados al consumo y a la difusión de las actividades de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios.

El Gobierno Valenciano, sin perjuicio del respeto al régimen de libre competencia, premia, califica positivamente y en su caso fomenta las actividades publicitarias que resulten destacables por su contenido informativo y su posible contribución al mejor desarrollo de la libre elección por los consumidores y usuarios.

Para facilitar el ejercicio del derecho de información por los consumidores existen Oficinas de Información, que se definen como establecimientos abiertos al público creados por entidades públicas o privadas que prestan el servicio de asesoramiento e información al consumidor y usuario y sirven de cauce para sus reclamaciones prohibiendo toda forma de publicidad expresa o encubierta en ellas.

El Gobierno Valenciano, regula la creación de Oficinas de Información al Consumidor por las Corporaciones Locales, atendiendo a criterios de eficacia y eficiencia facilitando su implantación en aquellos núcleos urbanos con una población superior a 15,000 habitantes de derecho o en aquellos municipios que

sin alcanzar tal cifra, tengan grandes variaciones de personas que permanezcan en el mismo lugar, en todo caso se potencia su existencia a través de mancomunidades de Municipios.

En las zonas en las que por la dispersión de los habitantes no se den las condiciones de población requeridas se establecerá, dependiente del Gobierno, servicios móviles de información que atiendan periódicamente esta labor, del mismo modo, estos centros urbanos que carecen de este servicio pueden ser atendidos por los servicios creados a tal efecto por las mancomunidades de Municipios.

Las Oficinas Municipales de Información, con la finalidad de llevar una política integrada en materia de consumo, serán coordinadas por la Consellería de Sanidad y Consumo, con la obligación de informar a la misma sus actividades. Estas Oficinas pueden clasificarse en varios niveles en virtud de la acreditación que se les efectúe y pueden servir de sede al sistema arbitral prestándoseles el correspondiente apoyo técnico y económico.

Pueden delegarse en las Oficinas Municipales de Información al Consumidor, funciones en materia de Inspección y control de bienes y servicios, en los programas que organice el Gobierno.

El Gobierno, en el ámbito de su competencia, introduce y fomenta en los diversos niveles educativos, con prioridad en la Educación General Básica, la enseñanza de materias relacionadas con el consumo y el ejercicio de los derechos de los consumidores, así mismo desarrolla programas de educación y formación de los consumidores y usuarios.

La Consellería, que significa, "Tribunal Supremo de Asuntos Contenciosos, que a la vez era cuerpo consultivo de los reyes en asunto de administración y

política<sup>10</sup> de Sanidad y Consumo organiza y desarrolla programas especializados de formación de técnicos y personal de Organizaciones y Asociaciones de Consumidores y de la propia Administración en el área de Consumo.

Las Asociaciones de Consumidores inscritas en el Registro Público de Asociaciones de Consumidores están representadas, en la forma que determina el reglamento, en los Organismos Públicos de la Comunidad Autónoma que poseen competencias en materias de consumo y desarrollan su actividad mediante Consejos u otros órganos de participación.

La Comunidad Valenciana, cuenta con los siguientes órganos: La Comisión de Consumo, la cuál se constituye en niveles territoriales de ámbito provincial, comercial o local, La Comisión Interdepartamental, cuya función es informar de los asuntos que afectan al consumidor, establece criterios para la utilización racional de los medios humanos y materiales disponibles a efecto de evitar duplicidad en las actuaciones de los servicios, impulsa y aplica el desarrollo de la Ley, propone a la presidencia del Gobierno, o al órgano competente, las medidas que se estiman aconsejables para la protección efectiva de los derechos de los consumidores. El Consejo Asesor de Consumo, el cuál está integrado por las Asociaciones de Consumidores, de los agentes sociales como Asociaciones de Empresarios y Cámaras de Comercio y Sindicatos de mayor representatividad de la Comunidad Autónoma, de la propia Administración autonómica y local, y por personas libremente designadas, escogidas entre profesionales sanitarios y no sanitarios y técnicos de reconocido prestigio.<sup>11</sup>

En Valencia, España, existen organizaciones de consumidores, los cuáles son apoyados en forma técnica y financiera por el gobierno de ese país, para el favorecimiento de su educación e información, y la representación y participación y audiencia a través de las organizaciones legalmente articuladas, que se integran

---

<sup>10</sup> Diccionario Marín de la Lengua Española, Tomo I, Editorial Marín, S.A., Barcelona 1982, Pág. 437

<sup>11</sup> Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios, <http://www.avacu.es/acuvv.htm>.

en un órgano especial denominado Consejo Asesor de Consumo, lo que en nuestro país, no se encuentra establecido.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, únicamente establece, la organización de consumidores para los efectos de, educación en cuanto al aprendizaje de tecnologías domésticas, esto es, la enseñanza de cómo elaborar por ejemplo, jabón, detergente, suavitel, clarasol etc, y no contempla la organización de asociaciones legalmente articuladas como en Valencia.

El gobierno Valenciano realiza campañas de inspección y análisis con difusión de bienes y servicios, la Procuraduría Federal del Consumidor lleva a cabo campañas encaminadas a la mejora de la calidad de vida de los consumidores e igualmente los difunde a través de dos tipos de publicaciones, una de ellas es la revista del consumidor, y la otra es la denominada quién es quién en los precios, quedando determinado en ésta última, el costo de los productos de consumo.

En Valencia, se preocupan por proporcionar acuerdos y convenios entre Asociaciones de consumidores y Grupos o Asociaciones de Empresarios para la utilización de condiciones contractuales que favorezcan los intereses de los consumidores, en nuestro país, la Ley Federal de Protección al Consumidor, regula el registro de contratos de adhesión, entre los proveedores y consumidores, en los cuáles se procura la equidad jurídica entre ambos.

En nuestro país igualmente, se dedican espacios y programas si publicitarios, a la información de los destinatarios finales de bienes y servicios.

El gobierno Valenciano se ha preocupado, de la misma manera que en nuestro país, a instalar oficinas de información y asesoramiento al consumidor y que sirven de cauce para sus reclamaciones.

Ahondando más en el tema anterior, en México, cuando nació la Procuraduría Federal del Consumidor, existían en el Distrito Federal y el área metropolitana, oficinas en cada una de las catorce Delegaciones y tres Municipios, en la actualidad, con las reformas existentes, éstas oficinas quedaron reducidas únicamente a zonas, norte, sur, éste y oeste y los Municipios absorbidos por las Delegaciones zonificadas.

El gobierno Valenciano, se preocupa por fomentar en los diversos niveles educativos, la enseñanza de materias relacionadas con el consumo y el ejercicio de los derechos de los consumidores, lo que en nuestro país no se proporciona éste tipo de enseñanza.

### **3.2 EL DERECHO DEL CONSUMO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

En el ámbito internacional el movimiento de los consumidores ha adoptado hasta hoy un carácter defensivo, puesto que es un sujeto frágil ante las campañas, promociones, supuestas ofertas, etc., al respecto se establece que "El movimiento de los consumidores fue introducido en Europa desde los Estados Unidos de América, donde se originó en 1928 con la fundación de la Organización "Consumer Unión (Unión de Consumidores). La Unión fue creada por un economista y un ingeniero que trabajaban en la American Bureau Of Standard y que consideraban que el público norteamericano debería tener acceso a los resultados de los test comparativos efectuados por el gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica. La Unión juntó sus propias pruebas comparativas, cuyos resultados fueron publicados para el uso de los miembros en el consumer report.

En Estados Unidos de Norteamérica existen diversas dependencias que imparten apoyo al consumidor, como la de la Administración de víveres y medicamentos que funcionó desde 1906, entre las leyes más importantes de éste

país al respecto, está la Ley Federal Sobre Substancias Peligrosas, Ley de la Comisión Nacional del Comercio entre otras.

Cada uno de los Estados que integran la Unión Americana, tiene su propia Ley de Protección al Consumidor, las cuáles varían muy poco, de acuerdo al Estado en que se aplica.

En nuestro país, únicamente existe una Ley Federal de Protección al Consumidor, la cuál rige en todos los Estados de la República mexicana.

### **3.3 EL DEREHO DEL CONSUMO EN DIVERSOS PAISES EUROPEOS**

**3.3.1 ALEMANIA.**-En el año de 1953, en la Ciudad de Bonn, se crea la Asociación de Consumidores acaparando la actividad privada en materia de consumo.

En este país, la política respecto a los consumidores, en el ámbito de la administración pública depende de varios ministerios, que se coordinan a través de un Comité Interministerial del Consumidor y que es competente cuando se hacen presentes cuestiones más allá de los términos de los distintos ministerios:

Estos ministerios son los siguientes:

A) Ministerio Federal de Economía y Finanzas, que tiene la función de representar a organizaciones de consumidores y organizaciones de orientación al consumidor, o a personas independientes, por medio de un Consejo del Consumidor, que manifiesta los puntos de vista del consumidor, respecto a los problemas fundamentales de la Política Federal en materia del Consumidor.



B) Ministerio Federal de Alimentos, Agricultura y Sevicultura, que cuenta con un consejo muy similar al señalado anteriormente y se encarga de aconsejar a éste Ministerio sobre el punto de vista de los consumidores.

Estos consejos que representan a cerca de diez asociaciones de consumidores se encargan de exponer las demandas y hacer valer las peticiones de sus representados.

En el ámbito privado, existen dos grandes asociaciones que han absorbido a todas las demás y ellas son:

a) El Grupo de Trabajo de los Consumidores, compuesto por dieciocho asociaciones y,

b) El Comité Federal de Internación Económica.

Por otra parte, el Gobierno Alemán, ha fundado la "Sintfung Warenest" (Fundación de Experimentación Comparativa) cuya tarea es informar a los consumidores el valor del uso de bienes y servicios.

Así mismo, las mencionadas asociaciones particulares de consumidores, fundaron la Asociación para proteger al consumidor contra la competencia injusta, recibiendo financiamiento del Gobierno Federal.

En México, no se encuentran reguladas por la Ley Federal de Protección al Consumidor, ningún tipo de asociación privada, únicamente la intervención gubernamental a través de la Secretaría de Economía mediante la expedición de Normas Oficiales Mexicanas, que protegen directamente al consumidor.

**3.3.2 BÉLGICA.**-En este país, existe un aparato proteccionista del consumidor similar al nuestro, hacia 1964, la necesidad de una política del consumidor que se ajustara a la realidad, llevó a la fundación de un Consejo del Consumidor, cuya función primordial era dar a conocer al gobierno belga, su opinión sobre los problemas que afectaban los intereses del consumidor.

En la actualidad, este Consejo también se encarga de compilar documentación suficiente para tratar de prever los problemas que surjan a futuro y de realizar investigaciones sobre el comportamiento del consumidor en la medida en que los diversos productos y servicios salen del mercado, así como apartar la información pertinente al consumidor para realizar de mejor forma, la elección de sus productos.

En dicho Consejo se encuentran representados sindicatos, cooperativas de consumidores, asociaciones de familia, uniones de consumidores, así como productores, especialistas de distribución, estandarización y análisis de productos.

El Consejo ha apartado su opinión sobre la publicidad de productos farmacéuticos, regulación de empresas dedicadas a compraventas, en el proyecto de prácticas empresariales.

Además del Consejo del Consumidor, los Departamentos de Inspección y Supervisión de los diversos ministerios están facultados para llevar a cabo investigaciones en la aplicación de regulaciones para proteger al consumidor.

Aunque el Ministerio de Asuntos Económicos del Servicio de Comercio y Economía del Departamento de Comercio, es normalmente competente para asuntos relacionados con la política del consumidor, ciertos temas mas específicos, pueden ser manejados por el Ministerio de Salud o por el Ministerio de Agricultura.

Existen dos grandes confederaciones de Consumidores, las cuáles no reciben subsidio alguno del Gobierno que son las siguientes:

a) La Asociación de Consumidores, fundada en 1975 a imagen del modulo que ofreció la "Consumers Unión" de los Estados Unidos y,

b) La Confederación de Mujeres para la información y la Protección del Consumidor.

En esta Confederación, resalta la importancia que la mujer belga da a ésta clase de aspectos económicos, ya que ella es, en la mayoría de los casos, la víctima de los productores, por lo que emerge de su iniciativa la creación de éste tipo de confederaciones como contrapeso limitante a los abusos en que habitualmente se llega a caer.

Al igual que en los demás países desarrollados, Bélgica, cuenta con apoyo para la protección de los consumidores, tanto del Gobierno como de las Instituciones privadas o Confederaciones, lo que en nuestro país, no se promueven, especialmente las de tipo privado.

**3.3.3 INGLATERRA.**-En éste país, en lo referente a la protección del consumidor, no existe un organismo del gobierno que centralice todas las cuestiones relacionadas con los consumidores.

Sin embargo, hay varios ministerios que se encargan de ello como lo es el Ministerio de Agricultura, Pesas y Alimentos, que vela por la veracidad de la venta de los productos alimenticios; el Departamento del Interior que tiene la responsabilidad de los aspectos del control de veneno y de la seguridad de los bienes de consumo; el Departamento de Salubridad y Seguridad Social, que controla productos farmacéuticos; el Departamento del Ambiente y otros más.

Por otra parte, los asuntos relacionados con el comercio y los consumidores, están centralizados en el Departamento de Industria y Comercio; éste organismo se responsabiliza de precios, calidad y peso, de los productos que adquiere el público en general, para evitar engaños y ventas abusivas.

La información se canaliza a través de simples planfetos que se reparten pública y gratuitamente, en los cuáles se explican las variaciones de las reglamentaciones del consumidor y estudios comparativos de artículos que facilitan al consumidor una mejor adquisición.

Las demandas y quejas por parte de los consumidores individuales no son atendidas por parte del Gobierno, sino que éstas tienen que encauzarse por medio de organizaciones, de allí la importancia de pertenecer a éstas.

Se han establecido 500 oficinas de Consejo para los Ciudadanos, que proporcionan consejo e información a problemas individuales, incluyendo a consumidores y sus respectivas quejas, cuando estas oficinas puedan resolver sus problemas.

A nivel privado, existe la Asociación de Consumidores, fundada en 1957, para elevar y sostener estándares en los bienes y servicios. Esta Asociación Pública, elabora soportes de pruebas comparativas en revistas especializadas y utiliza dichas investigaciones y descubrimientos como medio para hacer intervenir al Gobierno en esas anomalías.

Existe también, la Federación Nacional de Grupos de Ministerio de Asuntos de Consumo y Administración Gubernamental, creado en 1972, que entre otras funciones está encargado de actuar en defensa del consumidor, teniendo a su cargo las políticas de consumo, incluyendo la tutela de los derechos del consumidor en los países bajos.

La diferencia que encuentro con nuestro país, es lo referente a, que las controversias que surgen entre los proveedores y consumidores, no se dirimen ante la Autoridad gubernamental, sino que se encauzan por medio de organizaciones particulares.

También existen en Inglaterra, asociaciones de consumidores, las cuáles llevan a cabo, investigaciones en lo relativo a los bienes y servicios, lo cuál hacen del conocimiento del Gobierno, en nuestro país, mediante el Plan Nacional de Desarrollo, los particulares, hacemos del conocimiento de nuestros gobernantes, de las anomalías en materia económica que se presentan, con la finalidad que se les otorgue cierta prioridad.

**3.3.4 FRANCIA.**-En éste país, asumiendo los intereses propios del consumidor, se hace presentes organismos que, coordinados entre sí, adquieren la responsabilidad de proteger al presunto comprador.

El principal organismo especializado en esta materia es el Instituto Nacional del Consumidor, fundado en 1967 como una institución pública con funciones administrativas, financiado por un subsidio del gobierno, que se coordina con asociaciones que representan a los consumidores.

Así mismo, son dos los departamentos del gobierno que tienen responsabilidades relacionadas con cuestiones del consumidor.

1.-La Dirección General para el Comercio Interno y Precios (ministerios de Asuntos Financieros y Económicos) y

2.- El Servicio de Represión de Fraudes y del Control de Calidad de Alimentos;

Estos Departamentos tienen como principal función la de mejorar las regulaciones relativas a la protección del consumidor como:

- a) Anuncio de Precios;
- b) Publicidad Engañosa;
- c) Ofertas de regalo, ventas piramidales y ventas por inercia; y
- d) Sobre la Competencia desleal;

Por otra parte se cuenta con el Ministerio de Agricultura, que abarca dentro de sus actividades, la regulación de las ventas realizadas a los consumidores de granos y productos alimenticios en general.

Finalmente se hace mención de una institución que consiste en un servicio especial para la protección e información del consumidor, que mantiene la coordinación entre las autoridades y las organizaciones de los consumidores a nivel nacional; sus principales funciones son las siguientes:

1.- Distribuir subsidios otorgados a las organizaciones privadas por parte del Estado; y

2.- Ayudar a preparar los reglamentos de coordinación del "service de la Reprensión dé Fraudes et du Controle de la Quelite", que tiene la tarea de proteger al consumidor mediante castigo al fraude en la venta de bienes o adulteración de alimentos y productos agrícolas, así como asegurar el respeto a las medidas de salubridad pública.

Respecto al Instituto Nacional del Consumidor, se considera pertinente enumerar sus funciones, las cuáles son similares a las del organismo mexicano

del mismo nombre, que fue creado por la Ley Federal de Protección al Consumidor en 1975 y que, algunas de sus disposiciones se fusionaron en las reformas a la Ley del año de 1992.

a) Se encarga como centro de pruebas, de centralizar las demandas para pruebas de laboratorio hechas por autoridades públicas, grupos de consumidores o por el Comité Nacional del Consumidor, que es un consejo consultivo ligado al Ministerio de Asuntos Financieros y Económicos, e inicia dichas pruebas y exámenes como cree conveniente;

b) Como una oficina de información, su tarea es hacer circular los resultados de las pruebas técnicas; informar a los consumidores sobre cuestiones que les conciernen y hacer estudios sobre la manera de mejorar la calidad de los productos o métodos de distribución;

c) Como un cuerpo para proteger al consumidor actuando principalmente en unión con las asociaciones de consumidores, con el Comité Nacional del Consumidor y con las autoridades públicas, es el responsable de llevar a cabo estudios legales y responder a demandas de información individuales o colectivas;

d) Elaborar información para los consumidores a través de una revista donde se publican pruebas llevadas por el Instituto.

De acuerdo con la documentación aportada por el Comité Nacional del Consumidor, se elabora una Guía Reglamentaria, donde están contenidas las legislaciones y reglamentarias, destinadas a asegurar la protección del consumidor.

A nivel privado, existen dos organizaciones que velan por los intereses de los consumidores, ellas son; La Unión Federal de Consumidores y la Organización

General de Consumidores, así como las Organizaciones Familiares Femeninas que consagran una parte de sus recursos a la protección del consumidor .

Las coincidencias con nuestro país, estriban en que, como ya se mencionó párrafos arriba, existe un Instituto Nacional de Protección al Consumidor, asimismo, cuentan con un laboratorio en el cuál efectúan pruebas, a los diferentes productos, pero a diferencia con nuestro país, intervienen autoridades públicas y grupos de consumidores, en nuestro país, al efectuar los diagnósticos de los productos, únicamente intervienen los especialistas en los mismos.

Los resultados, al igual que en Francia, se dan a conocer a través de la Revista del Consumidor, que se publica mensualmente y tiene un costo de \$20.00

**3.3.5 SUECIA.**-Su principal organismo es el ombudsman, el Concise Oxford Dictionary define al Ombudsman como “una persona designada para investigar las quejas formuladas por los particulares contra las autoridades”<sup>12</sup>.

La palabra “ombudsman” es internacional, el concepto o significado nacional, que éste viene determinando por la constitución, tradición y estructura burocrática de cada estado.

El ombudsman sueco quedó en 1809 es descrito como una persona designada por el Parlamento para que en su nombre, vele por los derechos generales o individuales del pueblo, vigilando que los jueces y demás funcionarios cumplan las leyes y las apliquen del modo previsto por el Parlamento.

El ombudsman sueco no tiene por único, ni tampoco primordial función, el ser un muro de lamentaciones a donde pudiera dirigirse el particular recabando auxilio y apoyo. Es en mayor grado aun un órgano controlador por parte del Parlamento para que en nombre de este, controle que la administración, en su

---

<sup>12</sup> Concise Oxford Dictionary, tomo 6, Pág. 1530, Editorial Larrouse.



concepción más amplia, cumpla con las leyes promulgadas por el Parlamento y las aplique correcta y adecuadamente.<sup>13</sup>

El ombudsman en nuestro país, en materia económica, viene siendo el Procurador Federal del Consumidor, toda vez, que es el encargado de vigilar que se respeten los precios establecidos al público consumidor.

### **3.4 EL DERECHO DEL CONSUMO EN ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA**

**AMÉRICA LATINA.**-Se dice que las organizaciones para la protección del consumidor en el mundo moderno existieron hace unos cincuenta años.

Millones de consumidores de países desarrollados siguen expuestos a toda clase de injusticias, como consecuencia de ello, para la protección de éstos, la Organización Internacional de las Uniones de Consumidores (IOCU), ha venido luchando desde que fue fundada en el año de 1960, a efecto de estimular al consumidor y reconocer la contribución que es aportada para las organizaciones de consumidores.

La Organización Internacional de las Uniones de Consumidores (IOCU), ha recomendado que las disposiciones y mecanismos que hay que establecer y reforzar, tomando en consideración las necesidades de proteger a los consumidores que cuentan con muy bajos niveles de ingresos económicos y que viven en condiciones desfavorables.

---

<sup>13</sup> Liberkaton, Stockolm, Revista 99, Instituto Sueco, Embajada de Suecia Pág. 10

**3.4.1 ARGENTINA.**-En el año de 1978, se crea la Dirección Nacional de Lealtad Comercial, la cuál tiene contacto directo con los consumidores, en razón de ello, se elaboró el proyecto de la Ley de defensa del consumidor, convocando a todas las asociaciones existentes, tal proyecto se dirigió al Congreso de la Nación, siendo que a partir de ese momento, la Secretaría de Comercio Interior, elaboró nuevas propuestas de protección al consumidor, por lo que éstas asumieron un papel muy importante, el cuál correspondió a las relaciones económicas a efecto de desempeñar una función de equilibrio dentro del mercado comercial.

El sector de defensa en este país, brinda asesoramiento al consumidor cuando surgen determinados conflictos entre las partes, así algunos organismos de consumidores están realizando funciones similares, prestando asesoramiento jurídico y disponiéndose a mediar controversias que pudieran presentarse.

En éste país, uno de los derechos más importantes y que menos se conoce y se exige su cumplimiento, es el de la información. En la medida en que se capte en toda su dimensión el correlativo, deber de informar de los proveedores, tanto en la etapa precontractual como en el desarrollo de la relación jurídica, se evitarán múltiples frustraciones en la adquisición de bienes y servicios.

En México, igualmente, no existe educación por parte de los consumidores, en el sentido de que, antes de adquirir un producto, se consulte primeramente a la Procuraduría Federal del Consumidor, con respecto a que, si dicho proveedor con el que se pretende contratar, ha sido ya sancionado por dicha autoridad, ya sea por incumplimiento o por negligencia del mismo.

**3.4.2 BRASIL.**-Se crean treinta y un organismos federales que se ocupan directa o indirectamente de las cuestiones diferentes a la protección al consumidor, el monopolio, los beneficio excesivos, las prácticas comerciales restrictivas ó la función social variable de la propiedad , no son las únicas razones que justifican

que el Estado intervenga en la economía como se establece en la Constitución Federal, con efecto de proteger los intereses de los consumidores.

Al igual que en México en el artículo 28 Constitucional, en la Constitución Federal de Brasil, también se contempla la prohibición de monopolios, los beneficios excesivos etc.

**3.4.3 BOLIVIA.**-Sabemos que éste país no tiene mucha experiencia en el área de protección al Consumidor, sin embargo crea el Instituto Boliviano de Tecnología Industrial, teniendo como función, el investigar el desarrollo de los procesos industriales, verifica las normas mínimas de control de calidad y normaliza la forma de dar garantías al consumidor para que no se encuentre indefenso ante grupo de oferentes, los sectores mas afectados son los de bajos ingresos, pues al no tener una economía mayor se ven desprotegidos ante los abusos de los comerciantes.

**3.4.4 URUGUAY.**-Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos, a una información adecuada y veraz, a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno, para esto, las Autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos y a la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios.

**3.4.5 NICARAGUA.**-En éste país, principalmente dan prioridad a la difusión del consumo, en todas sus formas, como puede ser escrito u oral, para esto, toman los recursos necesarios para dicha educación, de las multas que son cobradas a los proveedores que incurren en violación a las disposiciones establecidas en su

propia Ley de Protección al Consumidor, artículo 40 de la misma, con ello coadyuvan a una mejor difusión de la cultura del consumo en ese país.

En éstos tres últimos países latinoamericanos , como podemos observar, cuentan con las mismas directrices que en México, esto es, se preocupan por la protección a los consumidores, por la educación de los mismos, por que exista calidad y eficacia en los servicios públicos etc.

### **3.5 EL DERECHO DEL CONSUMO EN MÉXICO**

En todas las sociedades humanas, han existido individuos quienes en un momento dado por muy diversas causas, se encuentran al margen del confort del que gozan otros pertenecientes a la misma formación social.

Esa desigualdad, ha provocado respuestas muy diversas por parte de la comunidad, de manera aislada o coordinada que van desde la limosna, pasan por la ayuda prestada por la iglesia y por la beneficencia pública y privada hasta llegar a medidas legislativas y políticas del estado social de derecho.

Es indiscutible que el consumidor se encuentra desprotegido ante prácticas que le impone la relación comercial y que implican tanto la renuncia de derechos como la aceptación de condiciones inequitativas. Estimular la conciencia cívica y dotar al pueblo de los instrumentos necesarios para su defensa, es deber del gobierno que no puede permanecer indiferente ante injusticias reiteradas que mermen el ejercicio de las libertades humanas

Los modernos medios de inducción colectiva, los excesos de la publicidad y las tendencias monopólicas de la economía han propiciado fenómenos semejantes en casi todos los países. Se han convertido por tanto en precaución universal del establecimiento de normas y límites a los sistemas de intermediación

y propaganda. La creación de disposiciones jurídicas tutelares del consumidor es un fenómeno característico de nuestro tiempo, sobre todo en los países de economía de mercado, en los que esta regulación se vuelve indispensable, dichos orígenes se inspiraron en la filosofía de nuestra Carta Magna, que incorpora por primera vez en el constitucionalismo moderno, los derechos tutelares de los grupos sociales mayoritarios, de los artículos 27 y 123 de la Constitución derivan las leyes reglamentarias que protegen a los sectores más débiles de la población ó que imprimen a la propiedad privada las modalidades que dicta el interés público.

Así mismo en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ya se ventila la Protección a los intereses del consumidor, en el que se establece entre otras cosas ....La Ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Ya desde la Ley sobre atribuciones del Ejecutivo Federal en materia económica de 1950, se establecía que tendría facultades imponer precios máximos al mayoreo o al menudeo y fijar las tarifas de los servicios, igualmente que no se eleven los precios del mercado y las tarifas vigentes.

En 1951, se decreta la lista de productos sometidos a control oficial de precios, y el 28 de marzo del mismo año, se crea la Dirección General de precios independientes de la Secretaría de Industria y Comercio, en la actualidad Secretaría de Economía.

Aproximadamente en el año de 1970, empezaron a manifestarse presiones infraccionarias, por lo que se elaboró un programa de acción política, social y económica, considerando que el fenómeno de la inflación afectaba principalmente a los que, para subsistir solo disponían de ingresos fijos, es decir a los asalariados, que normalmente perciben bajos ingresos.

Estas circunstancias hicieron que los trabajadores organizados comprendieran su necesidad de defender su poder adquisitivo ante los precios, pretender mejores sueldos y condiciones de trabajo, teniendo que recurrir a los emplazamientos a huelga, exigiendo sobre todo aumentos salariales. Es así como el Congreso de la Unión, como representante del sector obrero, se planteó la urgencia de controlar el acaparamiento y la especulación en los artículos de primera necesidad, viéndose cristalizado ese movimiento obrero, con la creación de Instituciones como el Instituto de Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario (CONAMPROS), se constituye como un organismo de colaboración y apoyo a la clase trabajadora que además de proteger el poder adquisitivo, pugnar por elevar el nivel de vida de los asalariados e impulsar los programas obrero-gubernamentales, persigue mayor equidad en las relaciones obrero-patronales promoviendo la consolidación de una nueva cultura laboral de pleno desarrollo humano, el CONAMPROS, nació el 3 de abril de 1974, a instancia del Congreso del Trabajo, Secretaría del Trabajo y Previsión Social y por Decreto del Gobierno Federal.

De acuerdo con los objetivos trazados, el programa integral del CONAMPROS, mantiene una trayectoria convergente con la estrategia socioeconómica del estado, en su caso dirigida al avance del movimiento obrero a la dinámica del proceso del trabajo y por consecuencia al alcance de un nivel de vida digno para toda la población

Así mismo del comercio se ha derivado un fenómeno colectivo conocido como "consumismo" entendiéndose por éste, la adquisición de artículos superfluos e innecesarios por parte de los consumidores, es decir, el arte de comprar por comprar, el cuál requiere una legislación para proteger los intereses de los sectores mayoritarios y menos protegidos.

Como lo cita textualmente el Profesor Jorge Barrera Graf, "la protección jurídica de los consumidores data de fines del siglo pasado en virtud de la benéfica intervención de la jurisprudencia inglesa, norteamericana y francesa principalmente."<sup>14</sup>

Al analizar brevemente su evolución, subraya que dicha influencia también se hace notar en la actualidad con la expedición de leyes de protección al consumidor en muchos de los países capitalistas de economía desarrollada.

Agrega el maestro Barrera Graf, que la economía contemporánea de consumo, ha acrecentado la necesidad de proteger a dicho sector económico contra el cuál se vuelcan las ofertas de las empresas que producen en masa y que se valen de refinados y convincentes medios publicitarios de venta y distribución, para lanzar al mercado nuevos productos.

El consumismo afecta al último eslabón de la cadena de producción; el consumidor no sólo porque le impone la adquisición de artículos superfluos e innecesarios, sino porque su gran variedad y volumen, el alto costo y los defectos o vicios ocultos que a menudo padecen los artículos en el mercado y la propaganda falaz e insidiosa con la que se logra su asimilación, son factores que afectan la economía del público consumidor.

Concluye el profesor Barrera Graf, diciendo que se trata de una nueva etapa del capitalismo y que desde un inicio y a medida que avanza, va planteando nuevas armas de protección jurídica, acompañada de una intervención estatal precisamente en aquellos países donde perdura la libre empresa.

---

<sup>14</sup> Barrera Graf, Jorge, Evolución del Derecho a la Protección del Consumidor, Revista Jurídica, Vía, México, Pág. 32, año 1970.

En su opinión, la legislación antimonopólica, la tutela contra la competencia desleal y la protección al consumidor o derecho al consumo son las manifestaciones principales de éste fenómeno en la época en que vivimos.

Por lo anteriormente expuesto, en el año de 1974, el Presidente de la República, Licenciado Luis Echeverría Álvarez , respondía a las necesidades apremiantes de la época y a los objetivos trazados por la administración para hacer más justa la vida colectiva y para ampliar las normas tutelares a favor de la mayorías, independientemente de la insolencia o del poder de grupos minoritarios, dirigiéndose éste a la protección de clases mayoritarias en México, dicha iniciativa respondió al propósito de avanzar en el camino de nuestro proceso democrático.

Esta iniciativa de Ley es parte fundamental de una política deslindada a la protección de las mayorías, pero también un instrumento para corregir vicios y deformaciones del aparato distributivo e impulsar la actividad productiva por la ampliación del mercado interno, esto responde a dos propósitos concurrentes que orientan la política del régimen: La Modernización del sistema económico y la defensa del interés popular.

La Ley Federal de Protección al Consumidor aprobada por el H. Congreso de la Unión, en diciembre de 1975, surge para integrarse al derecho positivo mexicano con un ámbito de aplicación de trascendencia social. Por primera vez mediante Ley específica se define y protege en- nuestro país el derecho del consumidor frente al proveedor, como consecuencia de una relación que se presenta cotidianamente en el comercio y en la prestación del servicio, donde los consumidores adquieren todos aquellos bienes y servicios que requieren como satisfactores para sus necesidades de alimentación, vestido, esparcimiento y las más.

En esa relación, la adquisición de satisfactores que se obtienen de proveedores dedicados a actividades lucrativas, y el consumidor individualmente



considerado no tiene más opción que adquirir lo que se ofrece al precio que se anuncia tratándose de bienes y respecto de servicios solo puede contratar los que se prestan en las condiciones y precios correspondientes; es decir, el consumidor en la obtención de bienes y contratación de servicios que requiere como satisfactores no ejerce su capacidad de contratación o negociación sino, a lo sumo, de elección entre lo que se ofrece. Por esta razón, esa relación que surge entre consumidor y el proveedor ha sido de un tratamiento jurídico específico, en diversos países a los que se ha sumado México a partir de la vigencia de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La Secretaría de Comercio Y Fomento Industrial, hoy Secretaría de Economía, supervisa la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, misma que fue creada para proteger los derechos e intereses de la población consumidora.

La Ley de referencia entró en vigor el 5 de febrero de 1976 y bajo ésta misma fecha la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor, iniciaron sus funciones como organismos descentralizados con personalidad jurídica y patrimonio propios, encargados de promover y proteger los derechos del consumidor, así como brindarle orientación y fomentar mejores hábitos de consumo entre la población.

Esta primer Ley Federal de Protección al Consumidor fue reemplazada el 24 de diciembre de 1992, en la que se contempló la desaparición del Instituto Nacional del Consumidor, con la finalidad de unificar y eficientar los mecanismos de prevención y sanción, así como optimizar la operativa y la canalización de recursos.

El objeto de la Ley antes mencionada, es la de promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

El artículo 19 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que, la Secretaría de Economía, es el órgano encargado de expedir normas oficiales mexicanas respecto de:

I.- Productos que deben expresar los elementos, substancias o Ingredientes de que estén elaborados o integrados, así como sus propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso o mas 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 y conservación.

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

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

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

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

VI.- Los productos que deberán observar requisitos especiales para ostentar el precio de venta al público de los productos cualesquiera que éstos sean, en sus envases, empaques o envolturas o mediante letreros colocados en el lugar donde

se encuentren para su expendio, donde se anuncien u ofrezcan al público así como la forma en que deberán ostentarse;

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

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

IX.- Los demás que establezcan esta Ley otros ordenamientos.

Para el ejercicio de las atribuciones que le confiere la Procuraduría Federal del Consumidor, la Procuraduría, se organizará de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, las cuáles se encuentran establecidas dentro del Distrito Federal, así como delegaciones, las cuáles se encontrarán ubicadas en las delegaciones políticas del Distrito Federal, y demás unidades administrativas que estime conveniente, lo anterior se encuentra establecido en el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, en su artículo 3.

Por lo antes expuesto, podemos concluir que, en la mayoría de los países del mundo, la protección al consumidor es auspiciada por el Gobierno, mediante la información que brinda por los diferentes medios de comunicación, así mismo igualmente que en México, el gobierno Valenciano delega facultades a las Oficinas Municipales de información al Consumidor, a efecto de que controlen los bienes y servicios.

Otra de las ventajas que tiene el Gobierno Valenciano con nuestro país, es referente a que en ese país, se preocupan por difundir en los diversos niveles educativos, con prioridad en la Educación General Básica, la enseñanza de materias relacionadas con el consumo y el ejercicio de los consumidores, lo que en México, no se da, cuando mucho, se pretende impartir esta Educación, pero a nivel Universitario, cuando, en realidad, todos somos consumidores, desde que nacemos hasta que morimos. .

En el ámbito privado, en países como Valencia, España, Alemania, etc., se crean asociaciones privadas de consumidores, las cuáles tienen como objetivo, informar a los consumidores el valor del uso de bienes y servicios, en nuestro país no existen éste tipo de asociaciones, por lo que estamos un paso atrás que los países Europeos en éste sentido.

Otra de las características que nos llamaron la atención es que en un país Latinoamericano, como es Nicaragua, con una población menor que la República Mexicana, se tenga como prioridad, el impartir educación a la población sobre el consumo, lo cuál lo llevan a cabo, con el importe de las multas que se hacen efectivas a los proveedores, a lo que en México, las multas que se imponen a los proveedores y que son ejecutadas por la Tesorería del Distrito Federal, éstos dineros pasan a formar parte del erario público y no de la Procuraduría Federal del Consumidor, que es el órgano encargado de proteger a los consumidores.

La Procuraduría Federal del Consumidor hace hincapié en que, la función que desempeña, es correctiva y preventiva, la primera de ellas, la veremos dentro del Capítulo número cuatro de la presente investigación.

En cuanto a que la Profeco es preventiva, se refiere únicamente al control y registro que lleva a cabo de los Contratos de Adhesión, esto es, contratos elaborados unilateralmente por el proveedor y que, la Procuraduría a través de

Normas Oficiales, regula y dictamina su contenido, a efecto de que los mismos contengan cláusulas que lesionen los intereses de los consumidores.

A través de éstos contratos, la Procuraduría Federal del Consumidor, lleva un registro y control de las empresas que tienen registrados sus contratos dentro de la Profeco y se encarga de vigilar la aplicación y cumplimiento de los mismos, esto es, de verificar constantemente, que se trate de los mismos contratos que se encuentran registrados, los que los proveedores utilicen en sus operaciones comerciales con el público consumidor.

Esto es correcto, más sin embargo, lamentablemente, existen giros de comercio, los cuáles no se encuentran obligados a registrar sus contratos dentro del Registro de Contratos de Adhesión, toda vez que no existe Norma Oficial que así lo determine, como pueden ser, las prestaciones de servicio de los colegios particulares, los servicios de mensajería y paquetería, las casas de empeño, esto es, los contratos de mutuo con interés y garantía prendaria, etc.

No obstante de que el Registro de Contratos de Adhesión es voluntario, existe un porcentaje muy bajo de los servicios antes referidos, de contratos registrados ante la Profeco.

Por lo que concluimos que, aunque existen los parámetros y la buena voluntad de implementar la prevención por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, aún le falta mucho para cumplir dicho metido.

Asimismo, otra de las formas de prevención de la que nos habla la Profeco, se refiere a la difusión y educación sobre el consumo, que realiza a través de los diversos medios de comunicación como son la radio y televisión, y de las cuáles haremos a continuación mención.

Por lo que se refiere a los programas de Televisión, éstos se transmiten en los siguientes horarios:

CANAL	HORARIO	DÍA
2	05:30 AM.	LUNES
4	00:15 A.M.	VIERNES
5	05:55 A.M.	MIÉRCOLES
7	05:30 A.M.	LUNES
9	12:10 P.M.	MARTES
11	04:30 A.M.	DOMINGO
13	05:00 A.M.	MIÉRCOLES
22	06:30 AM.	SÁBADO
40	03:30 PM.	MIÉRCOLES
ILCE EDUSAT 15	07:00 A.M.	SÁBADO
DGTVE 14	09:00 AM.	VIERNES
DGTVE 17	02:00 P.M.	VIERNES

En cuanto a la radio, tenemos las siguientes estaciones de radio y horarios:

ESTACION	HORARIO	DÍA
NOTICIAS 89 88.9 FM. XHM	23:00 PM.	MIÉRCOLES
LA BONITA	05:45 PM.	LUNES

1590 A.M.

XEVOZ

1470 A.M.

XEAI

22:40 P.M.

VIERNES

LA BANDA

1560 A.M.

XWFAJ

21:30 PM.

DOMINGO

BESAME

950 A.M.

XEQ

14:45 A.M.

SÁBADO

KE BUENA

92.9 A.M.

XEQ 940

10:12 A.M.

SÁBADO

TRACK

1320 A.M.

XEFAJ<sup>15</sup>

21:15 P.M.

DOMINGO

Como podemos observar, la programación de radio y televisión que sirve a la Procuraduría Federal del Consumidor a efecto de difundir educación y orientación al pueblo consumidor, se encuentra establecido en horarios en que, las amas de casa, que son el principal grupo social al que le interesaría, toda vez que son las que administran el hogar, se encuentran ocupadas preparando los desayunos de los hijos y del marido, en elaborar el lunch que se llevarán los hijos

<sup>15</sup> Horarios de Transmisión "El Cuarto del Consumo", Área Metropolitana, Procuraduría Federal del Consumidor. México, 2005.

a la escuela etc., horarios que no son adecuados para el fin al que están destinados.

Por lo que consideramos que dichos horarios deberían de estar acordes a las actividades de las amas de casa, como podría ser, dentro de un horario vespertino, esto es, en el horario de las telenovelas, con la finalidad de que dejaran de ver todos esos programas que no les brinda mayor cultura.

Para ello, la Procuraduría Federal del Consumidor, debería de tener la facultad de ejecutar las multas impuestas a los proveedores y utilizar dicho fondo, con el objeto de pagar el tiempo ya sea en radio o televisión, en que las amas de casa se encuentren en posibilidad de ver los programas o de escuchar y se difunda una mejor cultura del consumo en nuestro país.



## **CAPÍTULO IV**

### **INICIO Y SEGUIMIENTO DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ANTE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.**

#### **4.1.- ASESORAMIENTO Y ELABORACIÓN DE LA QUEJA DE LOS CONSUMIDORES, SI ÉSTA ES PROCEDENTE.**

Quando una persona acude ante la Procuraduría Federal del Consumidor, en nuestro país, a expresar su inconformidad, por el incumplimiento que el proveedor hubiere tenido, o por la negativa a entregar el bien materia de reclamación, o por que el bien reparado no hubiese quedado en buen estado de uso, o por la negativa a entregar garantía o factura del bien, un receptor de quejas, (que en éste caso debería de ser un Licenciado en Derecho, o en su defecto, alguna persona que se encontrara sabedora del procedimiento administrativo), precede a escuchar el problema que aqueja al consumidor, haciéndole ver, el alcance jurídico que tiene dicha Procuraduría ante la situación planteada, y en su defecto si no fuese procedente la reclamación en vía administrativa, se le canaliza a la Autoridad correspondiente, la cuál puede ser civil, penal, etc.

Una vez que resulta procedente la reclamación, se procede a levantar una queja, con número de folio progresivo, en la cuál se establecerá, el nombre y dirección tanto del consumidor, así como la razón social o nombre comercial del proveedor, el motivo de reclamación, la fecha en que se contrató o se prestó el servicio, el día y hora en que se les citará a efecto de llevar a cabo una audiencia de conciliación y rendición de informe y el apercibimiento, con las reformas a la Ley, ahora en cantidad líquida, a que se haría acreedor el proveedor para el caso de que no acudiera a dicha cita.

Para éste momento, hablamos de más o menos un mes, desde que el quejoso acudió ante la Procuraduría Federal del Consumidor, a solicitar su

intervención a efecto de solucionar su problema, esto se debe a que, se elabora la notificación correspondiente, y se lleva a cabo, por lo que es necesario dejar pasar el tiempo antes mencionado, pero suele suceder que, el consumidor no hubiese manifestado correctamente el domicilio del proveedor, luego entonces, la notificación que efectuará la Procuraduría, quedará razonada por el C. notificador queriendo decir con razonada, que el notificador asentará una razón de porqué no se realizó dicha notificación, volviéndose a realizar una nueva citación al proveedor en la cuál ya se encuentra correcto el domicilio o, si el domicilio de éste es muy difícil de encontrar, en su defecto, se le cita al consumidor con la finalidad de que acompañe al C. Notificador y se realice la notificación correspondiente.

Para ello estamos hablando de cuando menos, 15 (quince), días más para la celebración de la audiencia de conciliación y rendición de informe que establece el artículo 111 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

#### **4.2. PROCEDIMIENTO CONCILIATORIO.**

Llega el día y hora de la audiencia de conciliación antes referida y pueden suceder tres supuestos:

- 1.- Que comparezca el proveedor y rinda su informe de Ley, en el cuál deberá proporcionar contestación a la reclamación interpuesta por el consumidor ante la Procuraduría que nos ocupa;
- 2.- Que no comparezca el proveedor, no obstante de encontrarse legalmente notificado y apercibido para dicha eventualidad;
- 3.- Que comparezca el proveedor y no rinda el informe de Ley requerido; o

4.- Que no comparezca el proveedor, pero rinda el informe de Ley a través de la Oficialía de Partes del lugar donde se celebraría la Audiencia de conciliación y rendición de informe.

En estos dos últimos casos, el C. Conciliador que actúe, puede, en un dado momento, hacer efectivo el apercibimiento decretado en el formato de queja, imponiendo multa al proveedor, esto con la finalidad de ejercer presión al mismo.

En el caso de que el proveedor hubiese comparecido, se le exhortará a que llegue a un arreglo conciliatorio con la parte consumidora, de no ser así, se le presionará con la finalidad de que acceda llegar a un arreglo conciliatorio, y a efecto de mejor proveer, y con fundamento en los artículos 13 y 114, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que facultan a los Conciliadores, a requerir, las documentales necesarias, con la finalidad de allegarse de un mayor número de elementos, (obviamente, documentales que los proveedores no hubiesen tramitado ante las Autoridades correspondientes, como pueden ser, que no exhibió el alta de su negociación ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, que no hubiese acreditado personalidad, etc.) apercibiendo al proveedor para el caso de no exhibir dichas documentales en el modo tiempo y lugar establecidos, que podría ser en la siguiente audiencia de conciliación, o en su defecto en un término perentorio de 3 días hábiles, con fundamento en lo establecido en el artículo 25 fracción II, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se le impondrá una medida de apremio por cada documental que no desahogue dentro del término establecido.

En el caso de que no hubiere comparecido la parte proveedora, se le hace efectivo el apercibimiento decretado en el escrito de queja inicial y se vuelve a citar nuevamente a efecto de llevar a cabo la celebración de la audiencia de conciliación y rendición de informe.

Llegada la fecha de audiencia de conciliación, si el proveedor que compareció a la primera audiencia de conciliación, no desahogó el requerimiento

efectuado por el C. Conciliador y no comparece en aptitud de pretender llegar a un arreglo conciliatorio, se le harán efectivos los apercibimientos decretados en autos y con las reformas al artículo 114 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se le volverá a citar nuevamente al proveedor a efecto de que comparezca a una tercera audiencia de conciliación.

Pero puede suceder todo lo contrario, esto es, que el proveedor no obstante de que no desahogó las documentales requeridas, pretenda llegar a un arreglo conciliatorio con el consumidor, (que viene siendo la finalidad principal que persigue la Procuraduría), quedando asentado un convenio entre las partes, obviamente si el proveedor ya acreditó su personalidad, o en su defecto quedará asentado un compromiso por ambas partes, dejando sin efecto los requerimientos efectuados al proveedor y turnando los autos del expediente al archivo general de la Procuraduría, como asunto total y completamente concluido.

En caso de que el proveedor no volviera a comparecer a la audiencia de conciliación se le hará efectivo el apercibimiento decretado en autos, obviamente si dicho proveedor se encontraba legalmente notificado y se dará inicio al procedimiento por infracciones a la Ley, que establece el artículo 123.

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

Existe dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor otra figura a la cuál se pueden someter las partes tanto consumidora como proveedora, esto es, el arbitraje, que se encuentra establecido en los artículos del 117 al 122 de la Ley en cuestión, mismo que ambas partes necesitan encontrarse de acuerdo para someterse al mismo, no es decisión individual, por lo que, en virtud de que existe una cantidad enorme de proveedores que no desean someterse al arbitraje, ésta figura es poco llevada a la práctica al menos en materia administrativa de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Ahora bien, volviendo al procedimiento por infracciones a la Ley, el abogado resolutor, estudiará el expediente que le fuere remitido a efecto de detectar violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, si las hubiere, se le impondrá una sanción al proveedor especificando la causal de violación, la cuál debe encontrarse fundada y motivada.

Puede suceder que no se determine violación a la Ley, que viene siendo el menor de los casos, por lo que se emitirá una resolución absolutoria.

Otra de las sanciones que se pueden aplicar a los proveedores, tratándose de casos particularmente graves, como lo establece el artículo 128 Ter, se podrá imponer como sanción, clausura total o parcial del establecimiento.

Tratándose de la aplicación de una sanción, con las nuevas reformas que sufrió la Ley Federal de Protección al Consumidor, dicha sanción se elevó, anteriormente se podía imponer hasta la cantidad de \$75,000.00, en la actualidad, la multa puede variar de \$450.00 a \$1'760,000.00.

#### **4.4 REMISIÓN Y EJECUCIÓN DE MULTAS ADMINISTRATIVAS, A LAS SECRETARÍAS DE FINANZAS CORRESPONDIENTES.**

Ahora bien, todas las medidas de apremio que se impusieron durante el procedimiento conciliatorio, la sanción que se impuso durante el procedimiento por infracciones a la Ley, son remitidas a la Tesorería del Distrito Federal, siempre y cuando, el proveedor tenga su domicilio fiscal en dicha área o en su defecto se remitirán a los diversos municipios conurbados, con que cuenta nuestro Distrito Federal.

Dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor existe un área denominada Departamento de Notificaciones, en donde una persona se encarga de relacionar y de foliar las multas impuestas durante el procedimiento administrativo (esto es durante las audiencias de conciliación), así como las multas impuestas durante el procedimiento por infracciones a la Ley, y son remitidas y dirigidas a la Dirección Tributaria ubicada en Av. Izazaga N°. 89 6°. Piso, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal, a principios de cada mes, a efecto de que ésta Dirección las turne al área correspondiente.

Tratándose de multas impuestas a proveedores cuyo domicilio fiscal se encuentre ubicado en los diferentes municipios que rodean el Distrito Federal, dichas multas se remiten igualmente a la Dirección Tributaria perteneciente al Estado de México, pero, primeramente se remiten a las Oficinas Centrales de la Procuraduría Federal del Consumidor ubicadas en José Vasconcelos N°. 208, Colonia Condesa, Delegación Cuauhtémoc, en el Distrito Federal, específicamente a la Dirección General de Quejas y Conciliación, en donde una vez que ha transcurrido el término de quince días para interponer algún medio legal de defensa por parte de los proveedores, son remitidas a la Ciudad de Toluca, esto es a la Secretaría de Finanzas, la cuál las distribuye a las diferentes Subtesorerías a efecto de que sean ejecutadas.

Como es bien sabido, la Procuraduría Federal del Consumidor es una instancia de orden Administrativo, no judicial, cuya única forma de presión hacia los proveedores incumplidos, es el imponer las medidas de apremio y multas a los mismos, las cuáles como ya se mencionó anteriormente, depende de la Secretaría de Finanzas su ejecución, misma que en algunas ocasiones es tardía (principalmente las que se realizan en el Distrito Federal), cuando ya el negocio, el taller, la carpintería, la estética, la zapatería etc., ya desapareció, provocando que el consumidor no obtenga resultado alguno por parte de la Procuraduría en mención.

Pero que es lo que sucede con las diferentes Secretarías de Finanzas tanto del Distrito Federal como del Estado de México?, ¿Porqué es tan tardía la ejecución de las sanciones administrativas impuestas? Veamos pues, que es lo que sucede una vez que la Procuraduría Federal del Consumidor impone medidas de apremio y multas a los proveedores y son remitidas a las Secretaría antes referidas para su ejecución.

De la investigación de campo que se llevó a cabo, se llegó a lo siguiente: Tratándose de la Secretaría de Finanzas del Distrito Federal, una vez que las multas se encuentran en la Dirección General y toda vez que las mismas van dirigidas al Tesorero, éste las remite al Subtesorero del Distrito Federal, el cuál a su vez las turna al Coordinador de Zonas, éste se encarga de remitir las multas de acuerdo a la zona en que tiene su domicilio fiscal el infractor, de ahí se envían a la Administración Tributaria Local, en donde, ésta procede a dar de alta en una cartera de crédito asignándoles un número de control, (para esto, han transcurrido de 8 a doce meses después de que fueron remitidas por la Procuraduría).

Una vez que la Secretaría de Finanzas se encuentra dispuesta a ejecutar las multas, se presentan dos problemas: el primero de ellos consiste en que, cuando el Ejecutor acude al domicilio del proveedor a hacer efectiva la ejecución de la multa, éste puede acreditarle, que interpuso un medio legal de defensa y el mismo no ha sido resuelto por la Autoridad impositora, por lo que el Ejecutor, se ve imposibilitado para hacer efectiva dicha sanción.

La otra puede suceder que, como ya lo mencionábamos anteriormente, no se localizó al proveedor en el domicilio al cuál iba dirigida dicha multa, o que el mismo ya no cuenta con su negociación en ese domicilio, o que ya hubiese fallecido dicho proveedor, por lo que el Ejecutor procede a asentar una razón, argumentando que dicho infractor no se localizó en ese domicilio, lo que retiene que dicha multa no sea ejecutada conforme a la Ley.

Para llegar a esto, tenemos ya un término de 12 a 14 meses sin que dichas multas puedan ser ejecutadas, dando oportunidad al proveedor a que se burle del consumidor y que no de cumplimiento a lo ofrecido.

Todo lo contrario sucede con las multas que se imponen a los proveedores cuyo domicilio de encuentra ubicado en los diferentes Municipios con que cuenta nuestro Distrito Federal, llámese, Nezahualcóyotl, Naucalpan, Ecatepec, Tlalnepantla, etc., en donde la ejecución de las multas se realiza una vez transcurridos los 45 días después de que son recibidas en alguno de los Municipios antes referidos, esto debido a un Convenio de Colaboración Administrativa en Materia Fiscal que existe entre los Municipios y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Podemos pensar que no se puede equiparar la dimensión del Distrito Federal con alguna de los Municipios que existen, no obstante ello, tenemos al Municipio de Nezahualcóyotl, que es quizás más grande que el propio Distrito Federal y cuenta con un sin número de negociaciones debido al crecimiento que ha tenido en las últimas fechas.

No debemos dejar atrás a los otros Municipios los cuáles son parques industriales como Tlalnepantla y Naucalpan y en donde también se violan los derechos de los consumidores.

Realmente existe una problemática en torno a la Ejecución de las multas impuestas por la Autoridad administrativa principalmente con el Distrito Federal, que debido quizá a la burocracia que existe, se retrasa el cobro de las sanciones ocasionando que el consumidor no obtenga satisfacción a la reclamación interpuesta ante la Procuraduría Federal del Consumidor, en virtud de que no cuenta con el apoyo de la Ejecutora para dicho efecto.



El problema de la no ejecución de las medidas de apremio impuestas incide principalmente en que, como ya lo mencionábamos anteriormente, para la Procuraduría Federal del Consumidor, es una forma de presión hacia los proveedores, misma que si no se lleva a cabo, podemos decir que la efectividad de la Procuraduría Federal del Consumidor, resulta baja.

Con las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor, del mes febrero del año en curso, la Procuraduría trata de abarcar y de contemplar, el mayor número de problemas que pudieran surgir con motivo de las transacciones comerciales, que cada día crecen más, pero como pudimos constatar, con dichas reformas, únicamente se trata de dar una salida al problema, implementando más la protección al consumidor, sin que se hable al respecto, de los medios coercitivos con que cuenta la Procuraduría para alcanzar sus metas.

Podemos creer que entre la Procuraduría Federal del Consumidor y las Autoridades ejecutoras, existe un convenio de colaboración, el cuál, al menos en el Distrito Federal, no se cumple, porque, analicemos que sucedería si la Autoridad Ejecutora del Distrito Federal, ejecutara las multas dentro del término establecido para ello:

Si la Oficina exactora, ejecutara las sanciones en la forma debida, habría una mayor efectividad por parte de la Procuraduría, en cuanto a la solución de las reclamaciones, esto es, por ejemplo si la reclamación que se interpuso ante esa Instancia, se refiere al incumplimiento en el servicio, que contrató el consumidor con un carpintero o con un mecánico, que son de los casos o situaciones más recurrentes, el cuál no acude a la primera audiencia de conciliación, imponiéndole vamos a suponer, una multa por la cantidad de \$3,000.00 y el monto de lo que reclama el consumidor, es la cantidad de \$1,500.00, que entregó como anticipo por la prestación del servicio.

Si la Oficina exactora, ejecuta dicha multa dentro del término establecido, el proveedor, ya sea el carpintero o el mecánico, preferirían llegar a un arreglo conciliatorio con la parte consumidora, antes de pagar la multa de \$3,000.00 impuesta, misma que si no es cubierta, traerá como consecuencia que la Oficina antes mencionada, le embargue bienes suficientes para cubrir dicha sanción, lo que no le convendría a ninguno de estos dos proveedores.

Normalmente el monto de lo que los consumidores exigen como devolución por el mal servicio, por la no entrega del bien etc., no es una cantidad muy elevada, por lo que fácilmente darían solución a la controversia, si se contara con el apoyo de la Oficina exactora.

Ahora bien, que es lo que sucede cuando la oficina exactora, ejecuta las multas, en forma tardía, tratándose de negociaciones que no son a grandes y que no cuentan con un buffet de abogados, acuden a las Oficinas de la Procuraduría a tratar de resolver la controversia, ya sea entregando el bien debidamente reparado, o entregando el bien que se solicitó que realizara etc.

De lo contrario o lo que sucede normalmente, estamos hablando de que, el consumidor al imponer una reclamación ante la Procuraduría, está perdiendo tiempo, dinero en el transporte de su domicilio a la oficina que le corresponde, así mismo la misma Institución, pierde tiempo en levantar una queja a la cuál nunca respondió el proveedor, pierde tiempo en salarios por el personal que tiene la obligación de continuar un procedimiento administrativo que, no traerá ningún beneficio para el consumidor, toda vez que mientras que éste no obtenga lo que a su derecho corresponda, no habrá efectividad por parte de la Procuraduría y para obtener esa efectividad, es necesario que cuente con el apoyo de las Oficinas exactoras para el cumplimiento de la finalidad para la cuál fue creada.

#### **4.5 PROCEDIMIENTO SEGUIDO POR LA SECRETARÍA DE FINANZAS DEL DISTRITO FEDERAL, UNA VEZ QUE RECIBEN LAS MULTAS IMPUESTAS, PARA SU EJECUCIÓN**

Una vez que las multas impuestas por los diferentes órganos desconcentrados de la Procuraduría Federal del Consumidor, son remitidas mensualmente a la Tesorería del Distrito Federal, ubicada en: Av. Izazaga N° 89 6° piso, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, en ésta Ciudad, por medio de una relación, éstas llegan según el C. Antonio Magallanes, empleado del área jurídica, de la Administración Tributaria de San Lázaro, directamente al C. Tesorero del Distrito Federal.

Una vez en su poder, éstas, son capturadas en el sistema de cómputo, para su control y posteriormente son giradas después de un término de un mes, mas o menos, al Subtesorero, el cuál las remite al Director de Ejecución Fiscal, una vez en su poder, éste las envía al Coordinador de zonas, para esto ya han transcurrido aproximadamente de dos a tres meses.

Por último, el Coordinador de zonas las remite a la Administración Tributaria correspondiente, según su zona, esto es, el domicilio de la parte proveedora, lugar en el cuál se les otorga un número de folio crédito, con el cuál se les da de alta en el sistema y se envían al departamento de Notificaciones, a efecto de ejecutar las multas.

De lo antes narrado, ha transcurrido aproximadamente de tres a seis meses, una vez que los notificadores, tienen las multas en su poder, les otorgan mayor prioridad a las multas mas rezagadas, esto es, las multas nuevas las van postergando en virtud de que existe todavía tiempo para hacerlas efectivas, no así las que ya cuentan con uno o dos años de atraso.

Lo anterior se debe a que, existe carga de trabajo y son pocos los empleados encargados de ejecutar las sanciones. Otro de los motivos por los cuáles se atrasan en el cobro y ejecución de las multas, se debe a que, algunas de ellas sí pueden ser ejecutadas y otras no, debido a que, el domicilio de la parte proveedora, ya no corresponde al que se encuentra inscrito en la multa, la razón social de la parte proveedora, ya no es la misma etc.

De las multas que no son ejecutadas por la Tesorería del Distrito Federal, éstas nunca son puestas del conocimiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, esto es, la Profeco, nunca se entera de qué multas son ejecutadas y cuáles no, ni los motivos por los cuáles no se ejecutaron.

Ahora bien, que es lo que sucede con las multas que no son ejecutadas por la Tesorería, éstas se quedan pendientes de ejecución, esto es, rezagadas, y si, la imposición de sanciones por parte de la Procuraduría es el único medio legal que tiene de presionar a los proveedores a efecto de que lleguen a un arreglo conciliatorio con la parte consumidora, y éstas no son ejecutadas, luego entonces, el objetivo de la Procuraduría, consistente en promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, no se está cumpliendo.

A mayor abundamiento cabe mencionar, que es lo que sucedería, si las multas que son remitidas a la Tesorería, corresponden a un proveedor, que no compareció a ninguna de las audiencias de conciliación a las que fue legalmente notificado, no así la parte consumidora, la cuál sí compareció, el proveedor no obstante de estar conciente de que tiene en su contra varias multas pendientes de ejecutar por parte de la Tesorería del Distrito Federal, hace caso omiso de llegar a un arreglo conciliatorio con el quejoso, trayendo como consecuencia, que dicha reclamación no tenga una solución eficaz.

El consumidor en este caso, no obtiene solución alguna a su queja, habiendo perdido su tiempo y dinero en el transporte a la Oficina correspondiente de la Procuraduría Federal del Consumidor, porque pensemos, existen consumidores que por sí solos no les es posible trasladarse al lugar de celebración de la audiencia de conciliación, tienen que efectuar un gasto una erogación en pagar un taxi, para que, el proveedor no comparezca a ninguna audiencia y aunado a lo anterior, todavía la Procuraduría no cuenta con el apoyo de la Tesorería del Distrito Federal para ejecutar las multas y que el proveedor decida llegar a un arreglo conciliatorio.

Así mismo tenemos el caso de la persona física, de escasos recursos, que llevó a reparar su refrigerador y el proveedor por una u otra razón no entrega el bien debidamente reparado, éste bien, es muy necesario en un hogar, y que es lo que sucedería si no lo entrega el proveedor a tiempo, los alimentos del consumidor se descompondrán y quién le pagará al quejoso éstos daños y perjuicios ocasionados.

Por todo lo anterior es por lo que es necesario la creación de un organismo o departamento que se encargue de vigilar el cumplimiento y ejecución de las multas impuestas por la Procuraduría con la finalidad de que, si bien es cierto el que se ejecute la multa a la brevedad posible, no implica que se solucionaría la reclamación interpuesta por la parte consumidora, también es cierto que, al saber los proveedores que la Tesorería ejecuta las multas a la brevedad, y siendo ésta de una cantidad mayor a la que se debe al consumidor, preferiría en un dado momento, dar cumplimiento al consumidor y no pagar una multa exorbitante.

Motivo por el cuál es conveniente que se cree por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, un organismo o departamento que se encargue de vigilar el cumplimiento y ejecución de las multas, una vez que ha transcurrido el término legal, a efecto de que la parte proveedora pudiese interponer algún medio legal de

defensa, con la finalidad de que la Procuraduría, obtenga un 100% de efectividad en cuanto a la resolución de quejas interpuestas por el público consumidor.

#### 4.6 PROPUESTAS.

Se propone, la creación de un Departamento dependiente de la Procuraduría Federal del Consumidor, que tenga la facultad de vigilar el cumplimiento y ejecución de las sanciones impuestas por las dependencias siguientes de la Profeco:

- 1.- Dirección General de Quejas y Conciliación;
- 2.- Dirección General de Arbitraje y Resoluciones; y
- 3.- Dirección General de Verificación y Vigilancia.
- 4.- Las multas impuestas por los las áreas de Servicios al Consumidor, Arbitraje y Resoluciones e Inspección y Vigilancia, de las Delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, que se encuentren dentro de los límites del Distrito Federal,

Este Departamento, se denominará: "Departamento de Colaboración y Vigilancia en el cobro de multas impuestas por la Procuraduría Federal del Consumidor, requeridas por la Tesorería del Distrito Federal"

Este Departamento tendrá las siguientes características y atribuciones:

- A) Se constituirá de un Departamento General, dentro de las instalaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, ubicada en Av. José Vasconcelos N° 208, colonia Condesa, Delegación Cuauhtémoc, México DF;
- B) Recabar información de las multas pagadas y no pagadas a la Tesorería del Distrito Federal;

- C) Colaborar con la Tesorería del Distrito Federal en la vigilancia de los cobros de las multas;
- D) La Tesorería del Distrito Federal, deberá informar a la Procuraduría Federal del Consumidor, sobre las multas que no se hubieren ejecutado y porqué, a efecto de modificar datos equívocos que hayan retrasado el cobro de las multas y éstas puedan ser cobradas a la mayor brevedad;
- E) Solicitar a la Tesorería que cobre las multas no pagadas, una vez que transcurrió el término de 15 (Quince), días hábiles, a partir del día siguiente en que surtió efectos la notificación de la multa al proveedor, a efecto de que éste promoviera algún medio legal de defensa, y no lo hizo, como lo establece el artículo 85 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Como ya se mencionó en el Capítulo IV, de la presente investigación, explicaré brevemente, a continuación, la forma en que se lleva a cabo, en la actualidad, la aplicación de las multas, y como sería a futuro.

Dentro del procedimiento administrativo que se inicia y termina en la Procuraduría Federal del Consumidor, la única fuerza coercitiva con que cuenta ésta, a efecto de presionar al proveedor a que llegue a un arreglo conciliatorio, es mediante el apercibimiento y aplicación de multas, dentro de los diversos procedimientos que se llevan a cabo, como son; el conciliatorio, el procedimiento arbitral, en el procedimiento por infracciones a la Ley o en lo relativo a la inspección y vigilancia, de medidas, peso etc.

Una vez impuestas dichas multas, éstas, son remitidas cada mes o mes y medio, a la Tesorería del Distrito Federal, obviamente tomando en consideración la competencia por territorio, como ya lo mencionábamos anteriormente, una vez que



llegan al lugar que corresponde, se llevan a cabo ciertos procedimientos burocráticos, que hacen que dichas multas sean ejecutadas de dos a cinco años con posterioridad al día en que se impusieron.

Lo anterior trae como consecuencia, un déficit menor de productividad de la Procuraduría Federal del Consumidor, en cuanto a las reclamaciones ganadas a favor de la parte consumidora, toda vez que como ya se mencionaba páginas atrás, cuando la Tesorería del Distrito Federal, se presenta a ejecutar dichas multas, podía suceder que el proveedor requerido, ya hubiese fallecido, o que ya no tuviera la negociación establecida en el domicilio que contiene la multa impuesta, o que siendo el mismo, hubiese cambiado de razón social etc.

Esta no ejecución de las multas impuestas por los organismos antes mencionados, aparte de la efectividad de la Profeco, trae como consecuencia lo siguiente:

- 1.- Que la parte consumidora, hubiera únicamente perdido su tiempo y dinero, en cuestión de pasajes, al acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor, a tratar de dirimir la controversia que existe con la parte proveedora.
- 2.- El haber iniciado un procedimiento, en el cuál se invirtió tiempo tanto del consumidor como de las autoridades que laboran dentro de la Profeco, con el ánimo de recuperar algo de que el consumidor hubiese perdido.
- 3.- El gasto que implica para las Instituciones de Gobierno, en este caso la Procuraduría Federal del Consumidor, el iniciar un procedimiento administrativo, como es, el pago a los diversos empleados, llámense secretarías, abogados, etc., el empleo de papelería, luz, teléfono, claro está que dichos gastos son pagados con los impuestos de la gente que desempeña un empleo, pero ésta cantidad de dinero podría ser empleado con mayor beneficio.

4.- Todo lo antes mencionado trae como consecuencia, el deseo de ayudar a la gente consumidora a dirimir sus controversias, lo que, sin el apoyo y ayuda de la Tesorería del Distrito Federal, no se logra, resultando infructuoso, todo el trabajo realizado por la Procuraduría.

Ahora bien, con la creación del organismo que se propone, la situación del consumidor cambiaría de forma notable por las siguientes razones:

1.- Se daría inicio al procedimiento conciliatorio, al acudir el consumidor ante la Procuraduría Federal del Consumidor, si su queja es procedente.

2.- Si el proveedor no comparece a las audiencias de conciliación se le impondrá una multa, siempre y cuando se encuentre legalmente notificado de la audiencia de conciliación.

3.- Se continúa con el procedimiento conciliatorio y si no existe arreglo, se dará inicio al procedimiento por infracciones a la Ley, en el cuál, si existen elementos suficientes de violación a las disposiciones establecidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, se le aplicará otra de las multas que establece dicha Ley.

4.- Una vez que son impuestas las multas, éstas se deberán remitir a la Tesorería del Distrito Federal, habiendo transcurrido los quince días hábiles, después de que surte efectos la notificación de dicha multa al proveedor, a efecto de que éste interponga algún medio legal de defensa y no lo hizo.

5.- Cuando la Tesorería recibe la multa y se deja de burocratismos, y la ejecuta, lo que sucederá, es que, el proveedor, una vez sintiéndose presionado por la multa impuesta, acudirá a las Oficinas de la Procuraduría Federal del Consumidor, a tratar de solucionar su problema.

6.- Cuando el proveedor acude a la Profeco, preocupado por la ejecución de la multa, lo que se le explica al llegar, es que la única forma de reducir o condonar dicha multa, es que llegue a un arreglo conciliatorio con la parte consumidora, a lo que, si el proveedor obra de buena fe, tratará de buscar al consumidor y llegar a un arreglo conciliatorio con él.

7.- Al proveedor no le conviene que en un dado momento la Tesorería del Distrito Federal, le embargue bienes suficientes para cubrir su adeudo, hasta por tres veces el monto de la multa impuesta.

8.- Debo mencionar que en la mayoría de los casos, el monto de lo reclamado por el o los consumidores, son cantidades, pequeñas, a comparación del importe de la multa impuesta, que puede fluctuar entre \$150.00 y \$15,000.00 de acuerdo al monto de lo que se exige en la queja.

9.- Por lo que en ese mismo orden de ideas es conveniente para el proveedor, devolver el bien debidamente reparado, entregar el trabajo en los términos convenidos, rembolsar el importe que como anticipo entregó el consumidor etc.

10.- Para éste efecto, y de acuerdo a la práctica obtenida durante el tiempo que laboré en la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando el proveedor acude a ésta, a tratar de solucionar el problema de la ejecución de multa, que la Tesorería del Distrito Federal le requiere, y se encuentra en la mejor disposición de llegar a un arreglo conciliatorio, su labor es, contactar con el consumidor y acudir ambos a las Oficinas de la Procuraduría en donde se ventila el asunto, a efecto de realizar el acto de conciliación ante la Autoridad competente, que en la mayoría de los casos, se celebra un convenio, el cuál se encuentra elevado a la categoría de Cosa Juzgada y si existiere incumplimiento, el consumidor lo puede hacer valer en la vía de apremio.

Debo aclarar que, el tipo de proveedores que acude a las Oficinas de la Procuraduría Federal del Consumidor, a encontrar una solución al consumidor, a los que me refiero en el párrafo anterior, se trata de personas físicas o morales, cuyo domicilio fiscal, se encuentra ubicado en los diversos Municipios con que cuenta el Distrito Federal.

Debemos recordar que, como ya se mencionó en el Capítulo IV del presente trabajo de investigación, las Oficinas exactoras correspondientes a los diversos Municipios que rodean al Distrito Federal, son los que ejecutan las multas a la brevedad, esto es, una vez que se les remite ésta, dejan transcurrir el término de treinta días para ejecutarlas, por lo que, efectivamente se denota la productividad que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor, en estos Municipios.

Lamentablemente, son la mayoría de las reclamaciones que interponen los consumidores, de acuerdo al territorio, en el Distrito Federal, motivo por el cuál se propone la reforma al Reglamento Interno de la Procuraduría.

Esta sería la forma de otorgarle una mayor protección a los consumidores y de que la Procuraduría Federal del Consumidor, tuviere un incremento en el número de reclamaciones resueltas, esto es, se elevaría la efectividad de ésta.

Ahora bien, la creación de dicho organismo, se encontraría legalmente establecido en el Reglamento Interno de la Procuraduría Federal del Consumidor, como órgano autónomo, toda vez que ninguna de las Direcciones Generales, Unidades Administrativas, Subprocuradurías, Coordinaciones, etc, contienen éste tipo de atribución como se desprende de los artículos del 8 al 17 del Reglamento Interno de la Procuraduría Federal del Consumidor, en el que se establecen las facultades de los organismos antes referidos.

La propuesta quedaría de la siguiente manera, específicamente dentro del artículo 4 del Reglamento Interno antes referido, que establece lo siguiente:

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.- Derogada (Diario Oficial de la Federación de fecha 21 de agosto de 2002);
- 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.

XXV.- Departamento de Colaboración y Vigilancia en el cobro de multas impuestas por la Procuraduría Federal del Consumidor, y ejecutadas por la Tesorería del Distrito Federal.

Es necesario que se lleve a cabo una reforma al Reglamento Interno de la Procuraduría Federal del Consumidor, con la finalidad de insertar ésta fracción a las Unidades Administrativas que conforman la Estructura Orgánica de dicha Procuraduría.

La función que tendría dicho Departamento, sería el de estar en contacto directo con la Tesorería del Distrito Federal, con la finalidad de que dicho órgano exactor, haga del conocimiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, del número de multas mensuales que fueron ejecutadas y qué cantidad no lo fueron y el motivo por el cuál.

Las multas que no fueron ejecutadas por motivos concernientes a la Procuraduría Federal del Consumidor, como podrían ser; que el domicilio fiscal que contiene el requerimiento de multa, ya no sea el presente, porque el nombre del proveedor o razón social no se hubieren establecido en forma correcta, etc.

Para lo cuál la Profeco, tendría la obligación de a la mayor brevedad posible, corregir dichos errores y volver a remitir dicha multa a la Tesorería del Distrito Federal, con la finalidad de que, una vez subsanado el error, sean ejecutadas por ésta última a la mayor brevedad posible.

Como ya lo mencionábamos anteriormente, si bien es cierto, que al ejecutar las multas impuestas por la Procuraduría Federal del Consumidor, quizás algunos de los proveedores, en este caso personas físicas, no tengan dinero para cubrir dicho cobro, se le embargarían bienes suficientes que garantizaran el pago, el cuál, no resarciría el daño ocasionado al consumidor, también es cierto, que dicha medida de apremio le serviría al proveedor para no volver a repetir dicha acción

en contra del público consumidor y poder obtener una equidad y seguridad jurídica que son los objetivos a seguir por la Profeco y un 100% de efectividad en la solución de las reclamaciones interpuestas.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA.-** El surgimiento de la Procuraduría Federal del Consumidor como Institución, obedece a un sin número de factores de carácter económico y que en ella encuentra un medio a través del cual se puede alcanzar lo que conocemos como justicia social, encaminada a proteger a los más débiles social y económicamente ante las clases poderosas, no siendo privativo éste fenómeno ya que existen antecedentes históricos surgidos en otros momentos y otros países. .

**SEGUNDA.-** Como antecedente a la Profeco, tenemos la Procuraduría de los Pobres, la cuál se estableció en el Estado de San Luis Potosí en el año de 1847 por Don Ponciano Arriaga podemos observar, con el nacimiento y objetivo para el que fue creada ésta Procuraduría, se puede considerar a ésta, como la raíz de lo que sería el Ombudsman en nuestro país, el cuál tiene su origen, en el Parlamento Sueco en el año de 1809, como una figura designada para investigar las quejas formuladas por los particulares contra las autoridades.

**TERCERA.-** Con el antecedente de la Procuraduría de los Pobres y debido al proceso inflacionario mundial que comenzó a incidir en nuestro país, las organizaciones de trabajadores plantearon al Ejecutivo Federal, la urgencia de tomar medidas tendientes a la protección del poder adquisitivo de los grupos de menor ingreso.

**CUARTA.-** Es indiscutible que el consumidor se encuentra desprotegido ante prácticas que le imprime la relación comercial y que implica en tanto la renuncia de derechos como la aceptación de condiciones inequitativas. Estimular la conciencia cívica y dotar el pueblo de los instrumentos necesarios para su defensa, es deber del Gobierno que no puede permanecer indiferente ante injusticias reiteradas que merman el ejercicio de las libertades humanas.



**QUINTA.-** Por ello, el 26 de septiembre de 1975, el entonces presidente de la República el C. Luis Echeverría Álvarez, sometía a la consideración del Congreso

de la Unión, una iniciativa de Ley, que tomando en cuenta los arduos trabajos del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario y de la Secretaría de Industria y Comercio, cuyo titular era en ese entonces el C. JOSÉ CAMPILLO SAINZ, proponía un nuevo ordenamiento jurídico en el marco del Derecho Social.

**SEXTA.-** Es indiscutible que el consumidor se encontraba desprotegido ante prácticas que le impone la relación comercial y que implican tanto la renuncia de derechos como la aceptación de condiciones inequitativas. Estimular la conciencia cívica y dotar al pueblo de los instrumentos necesarios para su defensa, es deber del Gobierno que no puede permanecer indiferente ante injusticias reiteradas que mermen el ejercicio de las libertades humanas

**SÉPTIMA.-** Así, se crearon en el año de 1975, por Ley, la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor, como órganos descentralizados con personalidad y patrimonio propios. **OCTAVA.-** La Procuraduría Federal del Consumidor para el despacho de sus asuntos, se encuentra organizada de manera desconcentrada, por lo que cuenta son oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas, mismas que se encuentran contempladas en el artículo 4° de su Reglamento Interno.

**OCTAVA.-** La Procuraduría Federal del Consumidor para el despacho de sus asuntos, se encuentra organizada de manera desconcentrada. Por lo que cuenta con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas, mismas que se encuentran contempladas en el artículo 4° de su Reglamento interno.

**NOVENO.-** El marco jurídico que rige el funcionamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se encuentra contenido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, dentro de los primeros tres párrafos.

**DÉCIMA.-** En lo concerniente a la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento y el Estatuto del mismo, en cuanto a éstos últimos, son instrumentos que sirven para el eficaz desempeño y aplicación de la Ley.

**DÉCIMO PRIMERA.-** En lo que se refiere a los derechos del consumidor que se protegen en México, éstos se encuentran contemplados dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en los capítulos del tercero al onceavo de la Ley antes referida.

**DÉCIMO SEGUNDA.-** Los capítulos antes referidos, establecen la protección al consumidor desde que los proveedores expiden su información y publicidad, hasta el incumplimiento, que viene a ser el punto trascendental del presente trabajo de investigación.

**DÉCIMO TERCERA.-** Dentro de los Capítulos antes referidos se encuentra uno en especial que es se refiere al incumplimiento por parte de los proveedores y que viene a ser, uno de los principales problemas del público consumidor y el motivo principal por el que se imponen multas dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**DÉCIMO CUARTA.-** La protección al Consumidor que se lleva a cabo en países de Europa como Valencia, España, dista mucho de la Protección que se brinda en nuestro país, toda vez que, en éstos países, le otorgan primordial importancia a los medios masivos de comunicación, para la difusión de programas gratuitos dedicados al consumo, en los que pueden intervenir Asociaciones de Consumidores y Usuarios, lo que en nuestro país no sucede, como ya lo

mencionábamos en capítulos anteriores, los programas de radio y televisión que son transmitidos para el público consumidor, se difunden en horarios en los cuáles las amas de casa, que en éste caso son ellas las principales víctimas de los productores, se encuentran ocupadas con labores propias del hogar, lo que hace difícil el que puedan cultivarse en ese sentido.

**DÉCIMO QUINTA.-** Por lo que se refiere a la Protección al consumidor que brinda nuestro vecino país, ahí no solamente existe una sola Ley que rige a los Estados en general, sino que cada uno, tiene una propia, las cuáles no varían en gran medida, sino únicamente contienen pequeñas diferencias, lo que en nuestro país, solamente existe una Ley, a nivel Nacional y Federal, que rige a toda la República Mexicana.

**DÉCIMO SEXTA.-** La característica principal de los países de Europa que protegen los derechos de los consumidores, es esencialmente que, independientemente de las dependencias de gobierno que se encargan de cuidar los intereses del público consumidor, se han creado órganos privados, que se encargan así mismo, de dicha protección.

**DÉCIMO SÉPTIMA.-** Los diversos países de Latinoamérica, incluyendo nuestro país, comparten la misma finalidad, por lo que respecta a la protección de los consumidores, y consiste en defender la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, el control de los Monopolios etc.

**DÉCIMO OCTAVA.-** El derecho del consumo en México, no tiene una eficacia del 100%, como se esperaría toda vez que no obstante las reformas que ha sufrido la Ley Federal de Protección al Consumidor, las Autoridades no se han ocupado de lo que es realmente importante para que la Procuraduría Federal del Consumidor, tenga una buena efectividad, que consiste en la creación de un organismo dependiente de dicha Procuraduría, que se encargue de vigilar el cumplimiento y ejecución de las sanciones que, como Autoridad impone a los que violan las

disposiciones establecidas en la Ley, y que viene a ser el tema de la presente investigación.

**DÉCIMO NOVENA.-** Motivo por el cuál se concluye que es necesario adicionar al artículo cuarto del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, con una fracción XXV, la creación de un Departamento que vigile el cumplimiento y ejecución de las multas impuestas por la Procuraduría Federal del Consumidor, con la finalidad de que la eficacia de la que se habla en el párrafo anterior, sea del 100% y se demuestre que no en vano fue creada la Profeco, como órgano encargado de solucionar a ese 100% las reclamaciones interpuestas por el público consumidor.

## BIBLIOGRAFIA

- 1.- Barrera Graf, Jorge, Evolución del Derecho de Protección al Consumidor, Revista Jurídico, Vía México, 1970.
- 2.- Comparecencia del C. Secretario de Industria y Comercio, Lic. José Campillo Sainz, ante la H. Cámara de Diputados, el 28 de noviembre de 1975, para explicar la iniciativa de Ley Federal de Protección al Consumidor.
- 3.- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Editorial Porrúa, México, 2000
- 4.- Diarios Oficiales de la Federación, correspondientes a los años 1993, 1994, 1997, 1995, 1998, 2000.
- 5.- Diccionario Marín de la Lengua Española, Tomo I, Editorial Marín, S.A., Barcelona, 1982.
- 6.- Enciclopedia Universal Sopena, Tomo III, Editorial Ramón Sopena, Barcelona, 1979.
- 7.- González Galván, Jorge Alberto. La Construcción del Derecho, Métodos y Técnicas de Investigación, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1998.
- 8.- Horarios de Transmisión, "El Cuarto del Consumo"- Procuraduría Federal del Consumidor, México, 2005.
- 9.- <http://www.pa.gob.mx/principal/historia.htm>
10. - <http://www.cddhcu.gob.mx/bibliot/pública/otras/ducchvr.htm>

- 11.- <http://www.avacu.es/ecuvv.htm>.
- 12.- <http://www.vkex.com/cl/revista/20>
- 13.- <http://nuevaradio.org/consumica/información//leyconsumidor.htm>.
- 14.- <http://www.iuscomp.org/gla/statutes/BGB.htm#B2S8TIST/3>
- 15.- <http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnCode.rcv>
- 16.- <http://dehyre.org/gesetze/BGB>
- 17.- [http://www.utsupra.com/civil/código/civil/indice\\_civil.htm](http://www.utsupra.com/civil/código/civil/indice_civil.htm)
- 18.- <http://www.zamudio.bioética.org./comercial> 4. htm
- 19- Liberkaton, Stockholm, Revista 99, Instituto Sueco, Embajada de Suecia.
- 20.- Ovalle Favela, José, Derechos del Consumidor, Cámara de Diputados, LVIII Legislatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2001
- 21.- Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor vigente.
- 22.- Estatuto de la Procuraduría Federal del Consumidor vigente.
- 23.- Reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor en el año de 1992
- 24.- Reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor en febrero del año de 2004.

25.- Revista de Administración Pública N°. 97, Roberto Campa Cifrián, México.  
1998.

## **LEGISLACIONES**

- 1.- Ley Federal de Competencia Económica
- 2.- Ley Federal de Protección al Consumidor vigente.
- 3.- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- 4.- Ley de Amparo