



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

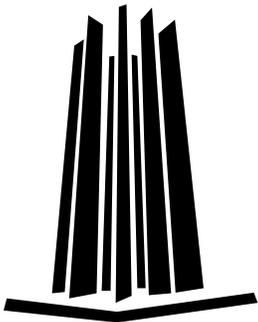
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

“ ANÁLISIS JURÍ DICO DE LAS OBLIGACIONES DEL
PROVEEDOR EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR ”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
L I C E N C I A D O E N D E R E C H O
P R E S E N T A :
CRUZ MENDIOLA OSCAR EDUARDO

ASESOR:
LIC. JULIO CÉSAR PONCE QUITZAMAN



SAN JUAN DE ARAGON 16 DE JUNIO DE 2006



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.

INDICE

CAPITULO PRIMERO ANTECEDENTES DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

1.1	Defensa del Consumidor en Europa.	1
1.2	Antecedentes Generales en México de la Ley Federal de Protección al Consumidor	12
1.3	Ideología en la Ley Federal de Protección al Consumidor.	21

CAPITULO SEGUNDO PRINCIPIOS ECONOMICOS

2.1	Producción.	24
2.1.1	Propósito, Concreción y Control.	28
2.2	Distribución o Circulación.	30
2.2.1	Efectos Directos de la Distribución sobre el Consumo.	32
2.3	Consumo.	33
2.3.1	Siete Principios del Consumo para el Equilibrio de la Economía.	34
2.3.2	La Regulación del Mercado y el Consumo.	36

CAPITULO TERCERO ELEMENTOS CONCEPTUALES DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

3.1	Conceptos Básicos	39
3.1.1	Concepto de Consumidor	40
3.1.2	Concepto de Proveedor	42
3.1.3	Concepto de Autoridad	44

3.2	Principal Terminología en la Ley Federal de Protección al Consumidor	60
3.2.1	Acciones	61
3.2.2	Derechos	63
3.2.3	Documentos	66
3.2.4	Procedimentales	73

CAPITULO CUARTO
ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR EN LA LEY
FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

4.1	Concepto de Obligación.	77
4.1.1	Obligaciones del Proveedor en la Ley Federal de Protección al Consumidor	80
4.2	Fuente de las Obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor.	81
4.2.1	Contratos y Declaración Unilateral de la Voluntad.	84
4.2.2	Enriquecimiento Ilegítimo y Pago de lo Indebido.	95
4.2.3	Gestión de Negocios Actos Ilícitos.	97
4.3	Modalidades de las Obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor.	100
4.3.1	Condicionales y a Plazos	102
4.3.2	Conjuntivas, Alternativas y Facultativas	107
4.3.3	Divisibles e indivisibles	109
4.3.4	Mancomunadas y Solidarias.	110
4.3.5	De Dar, Hacer o no Hacer	112
4.4	Efectos de las Obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor	113

4.4.1 Cumplimiento y Pago	113
4.4.2 Consecuencias del Incumplimiento Voluntario e Involuntario de las Obligaciones.	114
CONCLUSIONES	117
BIBLIOGRAFIA	120

INTRODUCCIÓN

La Ley Federal de Protección al Consumidor, establece un equilibrio entre los proveedores y consumidor, con la que se produjo un cambio en el proceso jurídico entre la marcada división de los sectores del ciclo económico productores-consumidores, al poner a disposición de estos, técnicas jurídicas procesales expeditas para poder defender sus derechos en forma simple, concentrada y gratuita, tanto por la vía de conciliación como por el juicio arbitral, que de inmediato captaron la concurrencia de miles de consumidores para obtener la restitución de sus derechos conforme a la citada ley.

No obstante de lo anterior, la eficacia de dicho ordenamiento jurídico ha sido cuestionada así como subestimada de un inicio en la vida académica, lo que trae como consecuencia, un desinterés en la vida laboral sobre esta área del derecho, mencionando que los diversos aspectos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya se encontraban en nuestra legislación.

La presente investigación, se lleva a cabo con la finalidad de evitar la subjetivización que en esta área del derecho existe, ya que al enfatizar su importancia desde la etapa de estudio se podrá lograr un interés más amplio en la vida profesional, evitando el desinterés por la misma.

Ante esta situación, en el presente trabajo se expondrán y evidenciarán las obligaciones del proveedor en la Ley Federal de Protección al Consumidor, para enfatizar la importancia y trascendencia que el derecho de protección al consumidor tiene en la salvaguarda de los derechos del consumidor.

En el Primer Capítulo se señalan los antecedentes de la protección al consumidor en Europa iniciando con la figura del ombudsman, entrando en los antecedentes de la Ley en materia en nuestro país finalizando con la ideología que le dio vida.

En el Segundo Capitulo, se podrá entender la razón de la Ley como un instrumento de defensa del consumidor, llevando acabo un estudio de los conceptos básicos de la economí a relacionados con el marco jurí dico de estudio y así poder reconocer su eficacia normativa.

Continuando con nuestro trabajo en el Tercer Capitulo nos avocamos al análisis de los principales vocablos técnico-jurí dicos que se encuentren en la Ley Federal de Protección al Consumidor, toda vez que en la creación de la misma se pretendió que en dicha Ley se eliminaran todo léxico que hiciera intangible la norma, puesto que a quienes se aplicará a seria al pueblo mismo que carece de una cultura jurí dica.

Finaliza este trabajo, con el Capitulo Cuarto, realizando el análisis jurí dico que da origen ala presente investigación, pasando por el concepto de obligación, sus fuentes en la Ley de merito, modalidades y efectos de la misma , exponiendo los razonamientos que comprueben la idea principal del presente trabajo.

CAPITULO PRIMERO

ANTECEDENTES DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

1.1 Defensa del consumidor en Europa.

El comercio, en su origen en el momento que el hombre se percató de la posibilidad de que se pueden satisfacer sus necesidades mediante el intercambio de mercancías, es decir, cuando cada unidad económica produce en exceso determinados satisfactores y carece de otros que son producidos.

Por ello, varios de los pueblos de la antigüedad alcanzaron un gran desarrollo en el aspecto mercantil, tales como Babilonia, Grecia, Roma y Fenicia entre otros, los cuales tuvieron ese avance debido a que practicaba un derecho consuetudinario y escrito, preponderantemente comercial; así mismo en la Edad media se produjo el hundimiento del comercio, por la existencia del latifundio en mano de los señores feudales; pero ello únicamente nos lleva a establecer la existencia de formas que regularon la actividad comercial entre comerciantes, mas no el surgimiento de la figura del consumidor y del proveedor, pero resulta importante aclararlo ya que son esos hechos y esas culturas, las que dan origen al derecho que nos rige actualmente. En la historia del derecho existen normas que regulaban las relaciones comerciales entre comerciante, pero es prácticamente ignorada la figura del consumidor ya que *“ La preocupación por la protección del consumidor surge cuando debido a los cambios operados por la sociedad de consumo, se rompe el equilibrio existente entre las partes de la relación de consumo y se toma conciencia de la relevancia jurídico social del fenómeno. En la sociedad de consumo, la parte débil de la relación de consumo se ve en la necesidad de hacer valer sus derechos frente a la contraparte y frente a la sociedad en general ya que el entorno hace que características le sitúen en inferioridad de condiciones.”*¹

¹ LOIS Caballe, Ana Isabel. Introducción al Derecho del Consumidor, Editorial Generalitat Valenciana, Valencia 1991. Pág. 1,2.

Por lo tanto, la necesidad de establecer normas que protejan al consumidor surge en el momento que las funciones de producción, distribución y consumo se separan entre sí, y las llevan a cabo distintas personas.

Es en la década de los años cincuenta, cuando surge en Europa un movimiento denominado el “*consumerism*” el cual se consolida en los años sesenta, surgiendo además, diversas organizaciones de defensa de los consumidores.

En el año de 1957, en Europa surge la Comunidad Económica ante el Parlamento Europeo o también denominada (CEE) la cual se encontraba integrada por países como Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Francia Alemania, Italia, Gran Bretaña, Dinamarca e Irlanda integrándose posteriormente España y Grecia, cuya finalidad era entre otras el progreso y la solidaridad entre las naciones es por ello que la existencia de una comunidad europea más fuerte y políticamente unida no puede hacer de lado el proceso de protección al pueblo consumidor.

Cada uno de los países miembros, en general contaba con organismos de protección al consumidor los cuales se pueden subdividir en tres grandes grupos:

A) Organizaciones Financieramente Independientes.- Las cuales dependían económicamente de las aportaciones que realizaban sus integrantes, así como de los ingresos que se obtenían con la venta de sus estudios, estadísticas y todo material de investigación que realizaba la misma organización.

B) Organizaciones Parcialmente Financiadas por el Estado.- Las cuales recibían ciertas cantidades del gobierno para su funcionamiento cantidades las cuales oscilan desde el 20% en el caso de Italia hasta el 80% en el caso de Dinamarca.

C) Organizaciones totalmente financiadas por el Estado.- Que son aquellas en que el gobierno aporta todo el capital para su funcionamiento, como el caso de la “ *Stiftung Warentest*” en Alemania la cual fue creada por el gobierno Federal teniendo como funciones la información, al consumidor respecto de la calidad de los bienes de consumo y los servicios ofrecido en el mercado.

Es lógica la organización de sectores menos favorecidos, ya sea entre miembros de lo misma clase de personas o entre estas personas y organizaciones del Estado, intervención del estado en la protección de los derechos en el consumo o de los consumidores ya que es deber del estado tutelar los derechos de las clases mas desprotegida, Sánchez Cordero menciona: “ *Las organizaciones de los consumidores tienen una responsabilidad que va mucho mas haya del limitado numero de sus miembros. El mas vulnerable es el consumidor que ocupa los últimos peldaños de la escala social; puesto que posee menos dinero y es menos capaz de administrar aquel con el que cuenta, debe comprar pequeñas cantidades y en hecho de estar mal informado y escasamente instruido hace que sea mas vulnerable a las campañas publicitarias masivas. Las asociaciones de consumidores están luchando, pues, no solo por sus miembros , sino por los otros consumidores que la integran.*” ²

Lo antes mencionado, robustece la idea plasmada en el artículo 28 de nuestra Carta Magna que ve la necesidad de asegurar y propiciar la agrupación de consumidores para la protección de sus derechos.

Algunos miembros, han aprobado diversas normas en materia de protección al consumidor y has establecido sistemas legales y administrativos que presentan marcadas diferencias, pero todos ellos con el mismo propósito.

² SANCHEZ , Cordero, D Jorge A. La Protección del Consumidor, Editorial Nueva Imagen, México 1981, Pág. 25.

Algunos estados miembros, han aprobado diversas normas en materia de protección al consumidor y han establecido sistemas legales y administrativos que presentan marcadas diferencias, pero todos ellos con el mismo propósito, por ejemplo en Dinamarca fue creado un ombudsman del consumidor para posteriormente convertirse en la secretaria del ombudsman de los consumidores.

Cuando un consumidor solicitaba la intervención de la Secretaria, o cuando esta misma detecta un acto de comercio realizado en contravención a la ley correspondiente o bien la utilización de contratos leoninos en contra de los consumidores, intenta conciliatoriamente resolver el conflicto mediante un convenio celebrado entre las partes, cuando esto no es posible envía el asunto al Tribunal de Mercado, a efecto de que prohíba seguir realizando prácticas comerciales contrarias a la Ley o seguir utilizando contratos leoninos contra los consumidores. El Tribunal de Mercado, acompaña sus resoluciones con multas y sus fallos son inapelables.

La figura del Ombudsman de los consumidores, entra en funcionamiento en 1971, para garantizar el cumplimiento de las leyes protectoras de consumidores de la práctica comercial y la Ley en términos contractuales propios.

La primera Ley se aplica a empresas y comerciantes, regulando la actividad de estos, prohibiendo terminantemente la publicidad engañosa. La segunda Ley protege al consumidor de contratos leoninos y desproporcionados utilizados en la venta de bienes y servicios.

La Comunidad Económica Europea, agrupaba a diversas organizaciones que protegían y representaban los intereses del pueblo consumidor entre las más importantes se encuentran las siguientes: Oficina Europea de Uniones de Consumidores (BEUC), Comité de Organizaciones Familiares ante las Comunidades Europeas (COFASE), Comunidad Europea de Cooperativas de

Consumo (EUROCOOP) y Confederación Europea de Sindicatos y Expertos Independientes (CES).

Todas las agrupaciones, contribuyeron en la década de los años sesenta y setentas, a la creación de diversas reglamentaciones entre las cuales podemos mencionar la de fecha 11 de diciembre de 1962 en donde se regula cuáles son las materias colorantes que se permite utilizar para la elaboración de productos destinados a la alimentación humana, y posteriormente establecieron otras normatividades que regulaban cuáles eran los agentes conservadores que pudieran destinarse a productos alimenticios, las reglas que debían observarse al elaborar líquidos envasados así como recipientes que eran utilizadas; de fecha 05 de noviembre de 1963, es el acuerdo relativo a publicidad engañosa y a la responsabilidad que incurren los fabricantes de productos defectuosos y en general disposiciones que contaban con las siguientes características:

- a) Son normas, que establecen los requisitos indispensables de seguridad u otras exigencias de interés general con que deben contar los productos puestos en el mercado.
- b) Especificaciones técnicas útiles y necesarias para los profesionistas a efecto de producir diversos objetos que se pondrán a la venta al público consumidor.
- c) Dichas normas no contaban con carácter obligatorio, sino que era voluntad de los productores el seguir su observancia.
- d) No obstante lo anterior, los productos que era elaborados tomando en consideración las normas y especificaciones técnicas que determinaban las instituciones de producción al consumidor, se les dotaba de un registro o sello que acreditaba el pleno cumplimiento de las normatividades vigentes.

En la Comunidad Europea, la protección y fomento de los derechos del consumidor es un tema que cada día va tomando más fuerza, instando a los países miembros a fomentar la educación del consumidor y a promover el acceso a la justicia, para lo cual se han creado instituciones de protección al consumidor mismas que tienen tres sistemas de funcionamiento atendiendo a las facultades y atribuciones con que cuentan:

a) La Autoprotección.- Implica la acción de los consumidores como individuos aislados o bien como miembros de asociaciones de categoría; y es precisamente en los países en que el asociacionismo está más desarrollado, como los de Europa del Norte en que el bienestar ha alcanzado formas más evolucionadas y sofisticadas, donde, sin embargo, la acción de los grupos es más intensa y no resulta sofocada por el juego de los partidos políticos, o por el papel de los sindicatos.

En otras palabras, menciona Sanchez Cordero “ *se ha afirmado sobre todo en los países regidos por las formas de social democracia, y se han obtenido importantes resultados; por ejemplo en Alemania los productores de auto transporte y las asociaciones de consumidores han llegado a un acuerdo para resolver las controversias relacionadas con la circulación de los productos defectuosos sin recurrir a los tribunales ordinarios, sino a organismos de arbitraje previamente creados.*”³

El inconveniente que presenta este tipo de grupos de protección al consumidor es que no cuentan con la reglamentación legal respecto de su creación, su ámbito de competencia y atribuciones, lo que provoca en ocasiones una acción desorganizada y en consecuencia el debilitamiento de la parte consumidora en la relación comercial, por ejemplo en Francia se creó la Association de Normalization (AFNOR), la cual funge como intermediaria entre el

³ Ídem.

Estado, el consumidor y el productor, dotando a los productos que cumplen con los requisitos de calidad con el sello NF.

Desafortunadamente la AFNOR es una institución de carácter privado, contratada por las empresas que requieren sus servicios y que desean contar con los sellos de aprobación NF el cual es una garantía de que el producto cumple con las disposiciones legales de calidad, curiosamente el año de 1967 dicha institución da a conocer al público en general el resultado de los estudios aplicados a 1500 productos de los cuales a uno solo se le negó la aprobación y a ocho productos se les dio un veto provisional, lo que refleja la actividad tan superflua que se lleva a cabo el otorgamiento de las aprobaciones, no obstante de lo anterior se debe precisar que la AFNOR no tiene ninguna responsabilidad con los consumidores ya que no existe relación contractual y únicamente tiene una obligación moral con sus protegidos.

b) El Control Judicial.- Es un modelo que la misma Comunidad Económica Europea, propone a los países miembros en donde la protección al consumidor no tiene gran fuerza, en este sistema, es el gobierno, mediante el poder judicial el que establece las normativas y requisitos que deben seguir los productores, incluso el control judicial, se basa primordialmente en reglas de derecho privado en donde generalmente no se valoran las características particulares de un caso sino que se aplica como regla general todas las controversias que se presentan con motivo de una relación comercial entre consumidor y proveedor, dejando afuera todas aquellas controversias en que el consumidor que siente que han sido violados sus derechos por algún motivo prefiere abstenerse de instar a la autoridad judicial, provocando con ello que en ciertos casos se vulneren los derechos de los consumidores debido a cláusulas ventajosas, publicidad engañosa o productos defectuosos o de pésima calidad.

Como se mencionó anteriormente, el consumidor no acude a la instancia judicial en ocasiones por diversas causas, entre ellas, que el daño causado haya

sido mínimo, que incluso desconozcan que sus derechos han sido violados, o bien que se tenga el temor de afrontar un riesgo o un gasto mayor, por desconocer los mecanismos de procedimiento que pudiera garantizar un buen resultado, así mismo escapa a esta forma de control los casos que se llegan a solucionar de forma extrajudicial evitando con ello una difusión negativa del comportamiento comercial de las empresas.

En el Control Judicial, impera el principio de autonomía de negociación y libertad contractual lo que provoca que los proveedores de bienes o servicios tengan la capacidad de imponer al consumidor cláusulas abusivas en los contratos como aquellas que limitan la responsabilidad de la empresa, que limitan la garantía o bien que transfieren al consumidor la carga de la prueba terminando con el espíritu de las instituciones de defensa del consumidor ya que ponen a las partes en un plano de igualdad, siendo que las instituciones de protección al consumidor surgen debido a la superioridad que tienen los proveedores en las relaciones de consumo.

El Código de Comercio, no puede aplicarse en este tipo de control ya que es integrado por normas creadas para regular el gran comercio teniendo en consecuencia una ley clasista cuya finalidad nunca ha sido la protección de las personas que realizan transacciones con los comerciantes.

c) El Control Administrativo .- Se trata de un modelo de control en que la función de protección de los derechos del consumidor le corresponde al Estado, teniendo la posibilidad de actuar ya sea a petición de la parte interesada o bien puede tener una actuación de oficio, beneficiando con ello a la población en general.

Bajo este orden de ideas podemos apreciar dos aspectos de la misma figura aunque de orden distinto haciendo referencia a Sánchez Cordero “ *En esta perspectiva parecería oportuno delimitar la investigación a dos modelos*

*alternativos de control administrativo; el primero, muy cercano a la experiencia Italiana; el segundo muy alejado de la misma; el primero que constituye un organismo del aparato público y que por lo tanto esta centralizado y encajado dentro de las estructuras de las organizaciones ministeriales, es típico de la experiencia francesa; el segundo, que se basa en el cambio, en la actividad de un órgano independiente, con funciones propias, no centralizado, esa característica de la experiencia sueca”.*⁴

Basados en la figura sueca, es de donde México emprende la creación de derechos de protección al consumidor.

Por otro lado e independientemente del modelo de control que cada país miembro de la Comunidad Económica Europea haya adoptado para la protección de los derechos del consumidor, resulta de suma importancia el procurar la confianza del consumidor no solo en las instituciones, sino también en los productos que se comercializan en la población en general, para lo cual se requiere una intensa participación del consumidor proporcionando la información y educación necesaria e indispensable para saber consumir y obtener por ello los beneficios esperados enriqueciendo en consecuencia una cultura del consumo, la cual, esta estrechamente vinculada al surgimiento de los derechos de los consumidores.

Los países miembros de la Comunidad Económica Europea, deben de asegurar la continuidad de las medidas de protección al consumidor, promoviendo el control de los artículos de consumo, mediante normas que establezcan los requisitos mínimos para su comercialización, así mismo el consumidor debe de ser protegido por los daños físicos que sea causados por un producto defectuoso teniendo a su alcance información adecuada sobre los mismos.

⁴ Ibidem, p.33-34

En general, cada país debe tomar las medidas que considere prudentes de acuerdo con sus propias necesidades para emprender una verdadera política de protección al consumidor .

Aunque en la historia, coexisten grandes antecedentes de instituciones de defensa al consumidor ya que es un tema muy reciente, es en el derecho español donde se encuentra a partir de la década de los años sesenta un creciente interés por la protección de los derechos del ciudadano en su vida cotidiana como consumidor, y es cuando efectivamente se vislumbra la necesidad de dotar de protección especial a ciertos grupos que se encuentran afectados por la existencia de desigualdad de hecho, proponiendo en consecuencia el surgimiento de un tratamiento desigual del proveedor y el consumidor en relaciones de consumo.

Las primeras disposiciones del derecho español, cuya intención era la defensa del consumidor, eran leyes totalmente parciales y se encontraban contenidas en leyes sectoriales, siendo el primer sector interesado en la protección del consumidor el sector industrial estableciendo disposiciones en las que por ejemplo se permite la cancelación de un contrato de compra-venta dentro de los tres días siguientes a su realización sin penalidad alguna para el comprador y siempre y cuando así hubiese convenido, así mismo se estableció mediante el estatuto de la publicidad en el año de 1964 el principio de veracidad mismo que no contemplaba la presentación de reclamación alguna por la parte consumidora.

El legislador español consiente de la importancia de esta materia y motivado por los programas de la Comunidad Económica Europea para una política de protección y de información de los consumidores, introdujo en el artículo 51 de la Constitución Española de 1978 el principio de defensa de los consumidores y usuarios.⁵

⁵ LOIS, Caballe, Ana, Isabel, op cit Pág. 31,32.

La introducción de este precepto en la constitución supuso una gran innovación, ya que no existe en el derecho español precedente del mismo; además lo configura como principio rector de la política social económica, lo que la convierte en una de las constituciones más avanzadas de la época.

El artículo 51 de la constitución Española de 1978 fundamento básico del derecho de consumo español establece:

1.- Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses de los mismos.

2.- Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oírán a estas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos en los términos que establezca.

3.- En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.

Es por ello que en España es donde se emprende la adopción de las medidas en el ámbito del derecho público y el derecho privado, en defensa de los consumidores, una de esas medidas es la creación de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios promulgada el 19 de julio de 1984, la que formó el aspecto normativo en las relaciones de consumo, cuya finalidad era una adecuada protección de los derechos del consumidor, cabe aclarar que el mencionado ordenamiento legal fue propuesto al congreso para su aprobación desde el año de 1981, es decir, tardaron casi tres años para que entrara en vigor su aplicación.

La Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios, contení a todos los derechos que habí an sido reconocidos a los usuarios y consumidores en diversas leyes, tomando el carácter de principio informador de los derechos, facultando a los grupos de consumidores y usuarios para organizarse dentro de un marco legal, así mismo se prevé un derecho a la indemnización por daños y perjuicios, además de un procedimiento arbitral para la solución de los conflictos.

La existencia de una ley que estableciera los derechos de los consumidores y usuarios, no fue suficiente ya que se requerí a de la exigencia de un organismo gubernamental facultando para vigilar su aplicación, el cual inclusive, ya se encontraba contemplado por la constitución española en su artículo 51 en pos ello fue que se constituyeron oficinas municipales de información al consumidor para entrar en contacto con el ciudadano y atender los reclamos de la población.

El movimiento Español para la defensa del consumidor, también se basó en el impulso de la creación de asociaciones, ya que desde el año de 1978, fue cuando el gobierno estableció las bases para el registro de las mismas.

Cabe aclarar que la Legislación Española es la que asienta las bases en una polí tica de defensa al consumidor quien se encuentra en un plano de inferioridad frente a los abusos de los proveedores de los bienes y servicios, idea que nuestra legislación Mexicana ha recogido para enriquecer una ley especialmente creada para la protección del consumidor.

1.2 Antecedentes Generales en México de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La protección al consumidor se ha conformado desde hace varios años en un instrumento esencial en la polí tica del gobierno mexicano.

Sánchez Cordero cita al doctor Jorge Carpizo MacGregor señalando “ *que los derechos del consumidor son parte del derecho social en la medida que se establece una obligación positiva a cargo del Estado, a fin de poner en practica un mecanismo que haga efectivo el ejercicio del derecho del consumidor*” .⁶

En efecto, recordemos que a partir de 1974 se inició un acelerado ritmo de crecimiento en los precios y en la fijación de los salarios mínimos legales (por que se fijaban cada seis meses), hubo entonces que crear una serie de políticas que protegieran el valor del salario, evitando así que las practicas desleales del comercio, especulación, monopolio, acaparamiento, etc.) disminuyeran los ingresos en la familia trabajadora.

Es así que el Ejecutivo Federal buscaba garantizar un equilibrio entre los intereses del consumidor y el poder que representan los proveedores de bienes y servicios, lo que se logra posteriormente con la aparición de un conjunto de normas jurídicas conocidas como el derecho de consumo, cuyo fundamento Constitucional es el artículo 28 tercer párrafo, que en lo conducente a la letra menciona:

“..la ley protegerá a los consumidores y propiciara su organización para el mejor cuidado de sus intereses...” .

En este sentido el derecho mexicano tuvo un importante avance en la protección de la población consumidora, pues en diciembre de 1975 se emite la Ley Federal de Protección al consumidor, la cual entra en vigor en 1976, en la que por primera vez en México se establecen derechos para la población consumidora y se cuenta común organismo especializado en la procuración de justicia en la esfera del consumo, fenómenos como la publicidad, operaciones de crédito, la prestación de servicios, las ventas a domicilio, la dignidad en estrato a

⁶ SANCHEZ , Jorge A. op cit, Pág. 10

los consumidores, y las responsabilidades en que incurren los sujetos que violan estos derechos.

Dicha ley, crea dos organismos: el Instituto Nacional del Consumidor (INCO), y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), ambos nacen como organismos descentralizados con personalidad jurídica y patrimonio propio. Así mismo a la PROFECO se le otorgan funciones de autoridad administrativa, encargada de promover y proteger los derechos e intereses del público consumidor, actuando como asesor y árbitro, dando asesoría a la población consumidora, y observando que se cumplan las disposiciones previstas por la ley. Hay que destacar que la autoridad interviene, una vez que se ha afectado el interés del consumidor y este acude ante ella para denunciar a violación a sus derechos.

Por otro lado el INCO realizaba trabajos preventivos mediante la orientación e información que daba a los consumidores, con el objeto de que ejercieran sus derechos y buscaran condiciones mas ventajosas para satisfacer sus necesidades.

Como en todo ordenamiento, se observó que había lagunas en las disposiciones previstas en la ley, ya que solo otorgaba escasas facultades a los organismos antes citados, fue por ello que hubo distintas reformas, las cuales son:

a) El 7 de enero de 1982. se adiciona el artículo 29 bis, con el que se permite a la Procuraduría la regulación de los sistemas de comercialización utilizados en el mercado nacional.

b) El 7 de febrero de 1985, se modifican y adicionan distintos artículos referentes a competencia, naturaleza jurídica, atribuciones de la PROFECO, definiciones y denominaciones,

información de bienes y servicios, facultades de la SECOFI, información comercial que ostenta productos o etiquetas, ventas al consumidor, promociones y ofertas, tasas de interés, operaciones a plazos y a crédito, rescisión de contratos, obligaciones del proveedor, atribuciones del Procurador, contratos de adhesión, cuantía de multas, servicios de inspección y vigilancia, sanciones e incumplimiento de compromisos.

c) Complementariamente el 12 de enero de 1988, se publican algunas reformas y adiciones al Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal y la Ley federal de Protección al Consumidor que a la letra van :

“DECRETO por el que se reforman y adicionan el Código de Procedimientos civiles para el Distrito Federal y la Ley Federal de Protección al Consumidor .

Al margen un sello con el Escudo Nacional que dice: Estados Unidos Mexicanos .- Presidencia de la República.

Miguel de la Madrid H. Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente.

DECRETO

“El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, Decreta:

SE REFORMA Y ADICIONA EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTOS CIVILES PARA EL DISTRITO FEDERAL Y LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ARTÍCULO PRIMERO. *Se reforman y adicionan los artículo 444, 500, 504 y 961 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federa, para quedar como sigue:*

ARTÍCULO 444.- *“Las sentencias que causen ejecutoria y los convenios judiciales. Los convenios celebrados ante la Procuraduría federal del Consumidor, los laudos que emita la propia Procuraduría y los laudos o juicios de contadores, motivaran ejecución, si el interesado no intentara la vía de apremio.”*

ARTÍCULO 500.-

“Esta disposición será aplicable en la ejecución de convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor y de laudos emitidos por dicha Procuraduría a.”

ARTÍCULO 504.- *“La ejecución de sentencias arbitrales de los convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor y los laudos emitidos por esta, se hará por el juez competente designado por las partes o, en su defecto, por el juez del lugar del juicio.”*

ARTICULO 961.-“”

“La audiencia a que se refiere la presente disposición, no tendrá lugar cuando se hubiese tramitado el procedimiento conciliatorio ante la Procuraduría Federal del Consumidor .”

ARTÍCULO SEGUNDO .- *Se reforma el inciso e) de la fracción VIII del artículo 59 de la Ley Federal de Protección*

al Consumidor, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 59.- “La Procuraduría Federal del Consumidor tiene las siguientes atribuciones:

a) al d).- “.....”

e) “Los reconocimientos de los consumidores y proveedores de obligaciones a su cargo, y los ofrecimientos para cumplirlas, que se consten por escrito y sean aceptados por su contraparte, formulados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, se obligan de pleno derecho. Tales reconocimientos y laudos que dicte la mencionada Procuraduría, traen aparejada ejecución, la que podrá promoverse ante los tribunales competentes en forma inmediata en la vía de apremio o en el juicio ejecutivo a elección del interesado.”

f) al l).-“.....”

IX a XV.- “.....”

TRANSITORIOS

ARTÍCULO ÚNICO.- El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

México, D.F., 23 de diciembre de 1987.-Dip. Miguel Jiménez González. Presidente.- Sen. Armando Travina Taylor. Presidente.- Dip Antonio Sandoval González., Secretario.- Sen. Alberto E. Villanueva Sansores, Secretario.- Rubricas.”

En cumplimiento a lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados

Unidos Mexicanos, y en su debida publicación y observancia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México Distrito Federal, a los Veinticuatro días del mes de diciembre de mil novecientos ochenta y siete.- Miguel de la Madrid H.⁷- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Manuel Bartlett D.- Rúbrica. “

d) El 8 de febrero de 1989, por acuerdo del C. Procurador, se delegan facultades en materia de inspección y sanciones, creándose la Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia, encargada de llevar acabo la tareas de inspección y vigilancia conforme la Ley Federal de Protección al Consumidor, en cuanto a precios y tarifas acordados, establecidos o autorizados por SECOFI.

e) El 6 de febrero de 1991, es publicado el Reglamento del capítulo VII de la Ley Federal de Protección al Consumidor, estableciendo las bases de la organización y funcionamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, a fin de fortalecer los mecanismos de defensa en los derechos e intereses del consumidor.

f) El 7 de Febrero de 1991, se define el proceso de adscripción orgánica mediante el Estatuto Orgánico fin de que la PROFECO condujera sus actividades de forma programada facilitando con ello el acceso de los servicios de población consumidora, alcanzando una mejor organización y distribución del trabajo para el ejercicio adecuado de las atribuciones y despacho de los asuntos a su cargo.

⁷ Diario Oficial de la Federación México 12 de enero de 1988 Pág. 11

g) Es en 1992 cuando hay un gran cambio en materia de consumo a través de la publicación de una nueva Ley el 24 de diciembre, la cual solo prevalece un organismo, fusionando al INCO en la PROFECO con la finalidad de unificar y eficientar los mecanismos de prevención y sanción, logrando así fortalecer la congruencia en la toma de decisiones, es así que asume la encomienda de promover y proteger los derechos del consumidor, así como de procurar la equidad y seguridad jurídica de las relaciones entre proveedores y consumidores. Se permite entonces, la atención integral de funciones como: orientación y asesoría, recepción, trámite y conciliación de quejas y denuncias; emisión de resoluciones administrativas; registro de contratos de adhesión; protección técnico-jurídica a los consumidores; verificación y vigilancia de normas Oficiales Mexicanas, pesas y medidas, instructivos y garantías, así como de precios autorizados, establecidos y/o concertados por la SECOFI; acciones de grupos; facultades para ordenar la realización de publicidad correctiva; información orientación a los consumidores, a través de los diversos medios de comunicación impresos como radio y televisión, contribuyendo a elevar la cultura del consumo y mejorar sus hábitos de adquisición.

Cabe hacer la aclaración que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ya no existe dichas atribuciones pasaron en la actualidad a la Secretaría de Economía.

h) El 21 de julio de 1993, se reforma la Ley, disponiendo que los actos relacionados con inmuebles solo se sujetarán a esta 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 el inmueble mediante el sistema de tiempo compartido, situación que se reforzó con la publicación del 23 de septiembre de ese mismo año, con la regulación de los procesos administrativos en trámite y de los derivados de contratos de arrendamiento de inmuebles para casa habitación.

i) El 5 de agosto de 1994, se reforma el artículo 7, obligando al proveedor a respetar ante el consumidor el cumplimiento de condiciones convenidas. Se adiciona un segundo párrafo al artículo 58, obligando al proveedor a dar las facilidades necesarias o contar con los dispositivos indispensables para los consumidores con discapacidad puedan utilizar los servicios ofrecidos .

j) El 2 de mayo de 1994, se publica un acuerdo por el que se delega a los titulares de las Delegaciones, las facultades para dar atención expedita a los programas de trabajo desconcentrados, el cual quedó sin efecto, al igual que el reglamento publicado el 6 de febrero de 1991, ya que el 23 y 24 de agosto de ese año, se publican en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento y el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, respectivamente, los que respaldan actualmente el funcionamiento operativo de la institución.⁸

⁸ Procuraduría Federal del Consumidor, Manual General de Organización, México, Año 1994 Pág. 4

1.3 Ideología en la Ley Federal de Protección al Consumidor en México.

Podemos afirmar que la vida económica, observada desde el punto de vista jurídico, se nos revela como una trama de obligaciones entre los miembros de la sociedad, obligaciones que se cruzan y entrelazan, es decir las relaciones provenientes de cambios de bienes y servicios las cuales se llevan a cabo mediante acuerdos y transacciones de toda índole entre los sujetos que sienten y tienen necesidad de su observancia. Así, en las diversas esferas patrimoniales se establecen vínculos, relaciones de crédito, de deuda, de dar y de tener, las cuales tienen su origen en la voluntad de los propios interesados.

El mundo jurídico, se desenvuelve entonces reflejado en las obligaciones que afectan a los individuos, a las sociedades y a las naciones, y es el conjunto de vínculos jurídicos, de estas obligaciones, el que provoca el movimiento social.

Es así que nuestra Constitución Política, en su artículo 28 párrafo tercero propicia la organización colectiva de consumidores, creando una política abierta y suficientemente sólida para su protección, puesto que del consumo depende la producción y de la educación u orientación del consumidor depende la defensa de la regulación del mercado.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, como hechos socio-jurídico establece en las relaciones económico sociales la equidad o equilibrio económico entre los proveedores y consumidores con la Ley Federal de Protección al Consumidor, se produjo un cambio en el proceso social económico y jurídico entre la demarcada división de los sectores del ciclo económico productores-consumidores, al poner a disposición de estos, técnicas jurídicas expeditas para poder defender sus derechos en forma simple, concentrada y gratuita, tanto por vía de conciliación como por juicio arbitral, que de inmediato captaron la concurrencia de miles de consumidores para obtener la restitución de sus derechos conforme a la citada ley.

La ideología que inspiró, como única y verdadera fuente del derecho en el caso de la Ley Federal de Protección al Consumidor, radica en los siguientes conceptos enlistados:

1.- Representa la Ley un avance del llamado Derecho Social en el Consumo.

2.- La Ley contribuye a ampliar y a enriquecer el ámbito de las normas tutelares para protección de los consumidores.

3.- México desde 1984 promovió el desarrollo económico, lo que ameritó la revisión normativa en el hecho socio-económico.

4.- Reclama la Ley de mérito, la fijación de precios ciertos y equitativos, la creación del sistema de garantías en el consumo.

5.- La Ley tiene como propósito proteger a los consumidores, corregir vicios y deformaciones del aparato proveedor con el objeto de equilibrar el sistema económico y la defensa del interés del consumidor.

6.- La política liberal que estimaba que el consumidor dictaba las condiciones del mercado no fue cierta, pues se tradujo en prácticas monopólicas que una minoría impuso en contra de una mayoría ignorante y pulverizada.

7.- Los sistemas modernos de comercio, alcanzan solo a un sector privilegiado de la población y no ha logrado en modo alguno transformar el obsoleto aparato distributivo por el contrario son actitudes homogéneas.

8.- El consumidor se encuentra desprotegido, tanto ante prácticas comerciales como por la renuncia de derecho de defensa por necesidad.

9.- Los sistemas de inducción colectiva, los excesos publicitarios deben tener límite en tutela del consumidor.

10.- Es necesario trasladar las disposiciones que regulan algunos aspectos de la economía privada, del Derecho privado al Derecho Social, concordante mente con la filosofía de la constitución para proteger los derechos de las mayorías como se hiciera en los artículos 27 y 123 Constitucionales, pues tradición política la Ley vele por la libertad y seguridad de las mayorías.

11.- Los preceptos de la ley son irrenunciables e imperativos, derogan cualquier disposición en contrario anterior, a si como son nulos los pactos en contrario a ella y obligan a proveedores y Órganos Estatales, éstos cuando realizan actos de comercio.

CAPITULO SEGUNDO

PRINCIPIOS ECONOMICOS

2.1 Producción

Desde el punto de vista económico, la producción es la serie de procesos para incrementar los bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas. Otros, partiendo de la utilidad que tales bienes y servicios tienen, afirman que producir es incrementar la utilidad de las cosas que satisfacen necesidades humanas.

Así también, se considera como la creación y procesamiento de bienes y mercancías, incluyendo su concepción, procesamiento en las diversas etapas y financiación ofrecida por los bancos. Se considera como uno de los principales procesos económicos, medio por el cual el trabajo humano crea riqueza.

En este orden de ideas, la producción comprende no solo la producción misma de bienes y servicios, sino transporte, almacenamiento y comercialización, que permiten la transferencia de los bienes allí donde son más necesarios, la guarda para regular el consumo y la compra-venta de los mismos bienes.

Es así que, entendemos por producción; la adecuación de los bienes para el consumo de las personas. En efecto, solo existe la producción cuando paralelamente aparece el consumo la producción solo tiene como fin la magnificencia de los bienes para la satisfacción de las necesidades de los consumidores en el tiempo, lugar y forma requeridos por eso la producción se vale de la circulación que implica organización para hacer llegar, conservar y asegurar el destino de los productos conforme al tiempo, lugar y circunstancia que los consumidores lo ameritan, esto es adecuación.

No puede haber producción, sin que aparezca la necesidad del consumo y sólo por el consumo existe la producción “ *De acuerdo con la clasificación de los*

bienes económicos en distintos ordenes, la producción comprende todo el proceso por el cual los bienes originarios o bienes de último orden van descendiendo en dicha jerarquía hasta convertirse en bienes del primer orden o de uso y consumo. En cada proceso particular reproducción, el bien obtenido se denomina producto y los bienes elaborados para su elaboración medios de producción” .⁹

Se dice que los recursos de que dispone la humanidad para la producción de bienes y servicios son de tres clases:

I.- La Naturaleza.- Para entender este concepto aplicado al área económica no puede tomarse en su acepción de las ciencias naturales, por lo que la tomaremos en su acepción de “ *conjunto de elementos preexistentes que encuentra el hombre en el mundo que lo rodea y que le son suministrados por el medio en que vive*” .¹⁰

A la economía le interesa, de la naturaleza, avocarse al estudio del medio ambiente, materias primas, fuerzas motrices, tracción de los animales así como los conceptos tiempo y espacio referidos en cuanto condicionan la conducta económica.

El medio ambiente consta su vez de varios elementos, entre los que destacan la Atmósfera, Territorio y Construcción química del suelo.

A) La Atmósfera, elemento que forma parte del medio ambiente, es dato que resulta útil para conocer en que sitios podrá ser más accesible la vida y desenvolvimiento del hombre.

⁹ BENHAM, Frederic. Curso superior de Economía, Editorial Porrúa, México 1959, Pág. 105

¹⁰ *ibidem*, Pág. 68

B) El Territorio, se debe apreciar en cuanto a la utilidad que su constitución representa. El caso lo tenemos al denotar como no obstante que el territorio africano tuvo habitantes mucho tiempo antes que el continente americano, este último alcanzó un desarrollo económico mas acelerado por la indubitable influencia de un territorio mejor constituido.

C) La Constitución química del subsuelo, nos indica el porque el hombre no puede crear una mina o una industria extractiva en donde el suelo indica que no hay riqueza.

II.- El Trabajo.- Entendido éste como el esfuerzo que realiza el hombre para la obtención de satisfactores, encierra tres aspectos:

A) Trabajo manual o corporal. La mano del hombre frecuentemente interviene para crear satisfactores y para procurar cambios de forma y de lugar en las materias primas que maneja incorporándoles utilidad.

B) Trabajo de invención. Representa la disposición intelectual de la actividad humana aplicando la mente en la consecución de nuevos medios para obtener fines previamente señalados.

C) Trabajo de dirección. De nada serviría el esfuerzo desarrollado por varios obreros, si no hubiera una mente dedicada a coordinarlo y a obtener de ello un mejor aprovechamiento.

No obstante la anterior clasificación, la cual nos indica que el trabajo puede ser resultado de un esfuerzo ya sea corporal o mental, ambas características no están totalmente desligadas, ya que toda actividad

encaminada a crear satisfactores o prestar servicios, conserva en su estructuración tanto un aspecto corporal o manual como una mental o intelectual.

III.- El Capital.- La importancia del capital esta en el hecho de que ninguna riqueza puede ser producida sin contar con otra riqueza preexistente.

Al capital no solo se le debe representar como dinero en efectivo, sino que puede ser materia prima, instrumentos o maquinaria, anticipos que se proporcionan al trabajador ya sea en especie o en dinero y, en suma, toda la riqueza capaz de producir nueva riqueza.

Por lo tanto el capital puede abarcar en su definición, varios aspectos:

- a) Como materia prima preexistente en todo proceso de producción.
- b) Como conjunto de instrumentos que, aunque en si mismo no satisfacen necesidades, pueden auxiliar al hombre en el proceso productivo.
- c) Anticipos que requieren de la naturaleza y el trabajo, ya sea en especie o en dinero.

Es tan estrecha la relación entre los factores producción, que el capital sirva para dar movilidad a la naturaleza y al trabajo; es el resultado lógico de la acción del trabajo sobre la naturaleza; a la vez, la acción del trabajo sobre la naturaleza requiere la existencia previa del capital.

2.1.2 Propósito, concreción y control

1.- Propósito de la Producción.

Producción, significa optimización de satisfactores sociales. Cualquier productor optimiza satisfactores para ganar, para obtener ganancias al efectuarse el consumo aun no siendo el consumo final si no el intermedio que generalmente lo efectúan los distribuidores. En una economía de mercado el consumo lo crea el productor abriendo necesidades por medio del convencimiento de la certera publicidad, publicidad que acrecienta todas las debilidades anímicas sociales.

El optimizar o adecuar los satisfactores a las necesidades sociales agudiza el ingenio productivo agregando a la naturaleza de las cosas, factores transformadores de sustancias y de formas, llevándolas hasta las propias manos de los consumidores con el objetivo de que el consumo lo compensen contraprestaciones suficientes que hagan posible la conservación, incremento y propagación del consumo de tales satisfactores.

Al final del ciclo económico, los consumidores pagan los gastos de materia, de distribución y de la publicidad, hasta lograr el aprovechamiento o extinción final de los satisfactores, es la producción por medio de la distribución muchas veces la rectora del consumo.

La producción, es un proceso de creación de bienes generalmente materiales, la producción material es la base y subsistencia de la propia sociedad pues crea bienes que todo ser necesita para subsistir, condiciona su elaboración y estructura la misma organización proveedora, legaliza su organización, sus ideas directrices y da seguridad a la forma de distribuir con base en el sistema de propiedad.

La producción, no es única e indivisible sino que admite para su mejor conocimiento clasificación por la cual observamos que hay producción en general, producción bruta, producción de mercancías, producción directa, las que corresponde a los siguientes conceptos:

A) Producción Bruta.- Proceso de creación de satisfactores sociales por indicadores en dinero del volumen total de satisfactores sociales.

B) Producción de Mercancías.- Proceso de creación de artículos para el intercambio mediante operaciones diversas entre los productores en forma espontánea.

C) Producción Directa.- Proceso de creación de artículos satisfactores de necesidades humanas basadas en la propiedad de los bienes de producción de la sociedad representada por el Estado y efectuada mediante una planificación integral del fenómeno económico que abarca producción distribución y consumo.

2.- Concreción de la Producción

Definitivamente podemos señalar que la producción de bienes materiales como satisfactores sociales constituye la fuente primaria del consumo. Es un proceso de la actividad humana sobre la naturaleza para adecuarla a las necesidades. Un régimen es sustituido por otro a veces contrario, pero la producción es la base para que el cambio a titularidad de la propiedad sobre los medios e instrumentos de producción, pero esta continua (se concreta), mejorándose adaptándose a los requerimientos sociales. Lo que no deja de existir son los factores de la producción, naturaleza, trabajo y capital, trilogía destinada al consumo.

3.- Control de la Producción.

La producción, como actividad realizada por el hombre para satisfacer sus necesidades en la compleja situación social requiere de estrictos controles de este modo podemos establecer tres factores de control la producción en México: primero por la propia naturaleza del fenómeno económico que es la competencia en el mercado. Segundo control por salubridad, uso de suelo, energéticos como petróleo y electricidad, emisiones monetarias, de precios y de patentes y marcas. Tercero: estudios especiales de mercadotecnia para los sectores públicos y privados.

El control de la producción en todos los niveles, tanto en el mercado libre como en la economía dirigida junto con los estudios de técnicas de mercado o mejor dicho de mercadotecnia, proporcionan mejores resultados porque se tiene en cuenta las causas y los efectos de cada sistema.

La interconexión entre la producción y el consumo es directa, pero en el libre mercado la primera se regula por las utilidades, no por las necesidades, de aquí la imitación que provocan las crisis cíclicas, aun parciales de sectores industriales devenida de quiebras con pérdidas de trabajo, tiempo y dinero. Repetimos que el consumo es efecto de la producción, así como la distribución es efecto de la producción.

2.2. Distribución o Circulación

La evolución de las sociedades y, por ende de los grupos económicos que las integran aceleró la división del trabajo, al centrar su atención a un tipo específico dentro de la actividad económica, el hombre se vio imposibilitado de actuar de tal manera que pudiese abarcar la producción en todos y cada uno de

sus satisfactores necesarios para su subsistencia, sistema que solo existió en los sistemas primarios de auto-producción y auto-consumo.

La distribución implica cambio de mercancía, a veces cambio de propiedad de ellas, así como, cambio en la especialización del trabajo con el objetivo de llegar al consumo propuesto ante esta connotación de cambio, resulta necesario distinguir la diferencia que existen en el campo jurídico y en el campo económico. Para la economía es “*una doble transferencia de poderes económicos que tiene por objeto distribuir útilmente los bienes que al producirse bajo el régimen de la división del trabajo están mal repartidos*”¹¹ en cambio en el ámbito jurídico significa la transferencia del derecho de propiedad.

La circulación descansa en ideas de cambio y de crédito pudiendo definirse en “*Uno de los aspectos de las relaciones de producción, eslabón que enlaza la producción y el consumo; fase necesaria del proceso de reproducción del producto. Comprende la distribución de los medios de producción y de los artículos de consumo, así como del producto necesario y del plusproducto*”¹². El plusproducto debemos entenderlo como el conjunto de bienes materiales creados durante la producción de los bienes. Como se observa de lo transcrito no se obtiene un concepto preciso, por lo que podemos aludir que la distribución es el reparto de mercancías para entregarlas en los sitios requeridos para nueva producción o directamente al consumidor final.

Sin una correcta distribución, habrá a productos desconocidos para ciertas zonas y otros talvez conocidos pero con pocas posibilidades de uso. Esto no siempre es fácil ya que la distribución se encuentra rodeada de múltiples dificultades:

¹¹ BODIN, Charles. Principios de Ciencia Económica, México 1946 pág. 434.

¹² Ídem

1) La primera dificultad es la distancia, ya que no se pueden acortar geográficamente dos puntos se tiene que buscar medios que ahorren tiempo en el traslado.

2) La segunda dificultad es la naturaleza de las mercancías, ya que no siempre se transportan una misma clase de ellas, ni todas a un lugar determinado. Debemos tomar en consideración, con respecto a las mercancías: su sensibilidad, su fragilidad, la dificultad de conservación y su peso.

a) La sensibilidad la podemos encontrar en el caso de los medicamentos, ya que se necesitan de una temperatura, refrigeración y cuidados especiales.

b) La fragilidad la encontramos en el cristal o en objetos delicados.

c) La fácil o difícil conservación puede abarcar mercancías de fácil descomposición que requiera un rápido traslado.

d) El peso de la mercancía es otro dato de interés. Se requiere conocer el peso para buscar el transporte adecuado.

3) El estado de las vías de comunicación es la tercera dificultad indispensable a resolver para el transporte ya que se deben encontrar sistemas adecuados para la distribución.

2.2.1 Efectos directos de la distribución sobre el consumo.

La distribución como la producción tienen como objetivo final el consumo, no pueden estar desligados dentro de la plantación macro y micro económica, constituye el consumo su destino, siendo la distribución sólo el medio de hacer

llegar estratégicamente a los centros de consumo y en lo posible a las manos del mismo consumidor; puesto que, la distribución abarca hasta los establecimientos de entrega personal de los productos al consumidor final con todo el poseer estratégicamente dirigido de productores y distribuidores que tienen como meta final consumidores-intermedios y consumidores-finales.

La razón de existir producción y distribución es el consumo, propiamente el deseo de todo proveedor consiste en la sujeción económica al consumidor con servicios en demasía a del producto necesario.

La circulación o distribución, obedece a la distribución del trabajo, quienes laboran en estas tareas pueden ser consumidores intermedios, pero a la vez son proveedores a pesar de no ser fabricantes.

2.3 Consumo

Los economistas suelen considerar que el consumo es el final del proceso productivo, el objetivo por el que se lleva a cabo toda la producción.

En sentido amplio, el término incluye tanto el consumo de bienes de capital o el uso de bienes como maquinas y herramientas para la fabricas que producen otros bienes y el consumo no productivo o utilización de bienes con fines no productivos. Los economistas prefieren, en general, restringir el término su acepción de consumo no productivo.

El consumo no productivo, es el resultado de la decisión de un individuo o de una familia de adquirir determinados bienes y servicios. Análogamente, puede ser el resultado de una ciudad o de un estado o del deseo de establecer determinadas instalaciones públicas, como carreteras o escuelas. Así el no productivo incluye tanto el consumo privado como el consumo público, o consumo social. En una economía capitalista se subraya la importancia del

consumo privado, en cambio en las economías socialistas se resalta más la importancia del consumo social.

Se pueden seguir clasificando distintos tipos de consumo atendiendo a la clase de bienes que se gastan. Estas clases incluyen los bienes duraderos, el consumo de bienes no duraderos o perecederos y por último los servicios.

El estudio del consumo especialmente en los individuos, ha adquirido un mayor importancia a lo largo del siglo XX. En una economía capitalista el nivel y las tasas de gasto en el consumo afectan de forma importante la inversión productiva, que a su vez afectan el nivel de empleo y el grado de prosperidad nacional. Además, las pautas de compra de los consumidores determinan las clases de cantidades de bienes que se producen.

Puesto que si se produce en abundancia es para que se consuma, ya que no puede haber consumo sin producción, los importantes procesos de producción y de consumo están íntimamente correlacionados. Cuando la producción es insuficiente, el consumo está limitado, y por lo tanto se crean problemas porque hay necesidades humanas que no están cubiertas. Una subproducción puede provocar subconsumo debido a la carencia de bienes de consumo, mientras que la sobreproducción puede provocar una crisis económica si se reduce el poder adquisitivo de la gente, y por lo tanto también puede llevar a una situación de subconsumo.

2.3.1 Siete principios del consumo para el equilibrio de la economía

De la investigación del consumo se desprenden siete principios económicos a saber:

1.- Aumentar la producción provista y planeada de satisfactores alimenticios, para efectos de ahorro.

Debemos tomar en cuenta que la mayor riqueza de nuestro país siempre ha sido el campo, propiamente la producción de bienes primarios, si nos encontráramos en la situación de autosuficiencia el ahorro nacional se daría por inercia ya que no tendríamos que conseguir los faltantes importándolos.

2.- Mejorar el consumo por medio de la disminución del costo de la vida o aplicación de racionamiento.

Este punto es claro en sí mismo, la idea no se encuentra en la cantidad sino en la calidad de las acciones que realizan los consumidores ya que al mejorar el nivel de vida de los mismos, realizando una distribución equitativa de la riqueza más personas podrán tener acceso a los productos es esto la base de los derechos de consumo.

3.- Consumir estrictamente lo indispensable en relación con la producción.

Como se mencionaba en el primer punto, el mayor problema de una economía es no ser autosuficiente, si bien es cierto que ningún estado tiene la capacidad de crear todos los satisfactores que necesita, también lo es que no se puede importar en mayor grado de lo que se exporta ya que se crea un vacío económico.

4.- Restringir importaciones y aumentar exportaciones, o restringir importaciones para restringir el consumo.

En relación a todo lo que hemos estado mencionando un gran problema radica en que en ocasiones lo que se importa sale más económico que lo que se produce, dejando en desventaja a los productores nacionales, restringiendo estas importaciones como lo hacen varios países en una actitud de autoprotección ha sido esencial para el manejo de un mercado sano.

5.- Toma de medidas de protección al consumidor nacional, como subsidios y legislación económica.

Los subsidios son una manera tradicional para la protección en el consumo, pero esto siempre depende de la sana economía del Estado para la tutela de los sectores más desprotegidos, y para la sana economía del Estado se debe depender de una correcta legislación en materia económica que garantice tanto la correcta recaudación distribución y gasto del presupuesto nacional.

6.- Reglamentación, mediante leyes que regulen la salubridad.

La regulación de salubridad es básica para una buena comercialización de productos, ya que las normas oficiales dan paso a la calidad de los productos ya sea dentro o fuera de nuestro país.

7.- Protección mediante aranceles.

Los aranceles son básicos en la economía de cada país, ya que la solución no es eliminar la importación sino controlarla, para que los productores y consumidores nacionales se encuentren en posibilidades equitativas.

2.3.2 La regulación del mercado y el consumo

Al mercado lo podemos considerar desde el punto de vista geográfico, como una extensión física de territorio, cuya amplitud dependerá de la naturaleza de la mercancía; desde el social “*como un grupo más o menos organizado personas que están en íntimo contacto de naturaleza mercantil*”.¹³

¹³ DOMÍNGUEZ, Vargas, Sergio. Teoría económica Editorial Porrúa México 1977 Pág. 77

En un sentido mas económico se puede definir como “ *cualquier conjunto de transacciones de negocios, entre compradores y vendedores*” ¹⁴.

En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes así mismo este término se aplica a la referencia de la demanda de consumo potencial o estimada.

Estaremos en presencia de un mercado perfecto, en los casos en que persiste un precio uniforme para una mercancía, ya que se supone que cada comprador tiene la posibilidad de ponerse en relación con cada vendedor, por lo que el precio resulta único, porque ningún comprador aceptará pagar un precio mas elevado que el ofrecido por otro comprador cualquiera y ningún vendedor aceptará vender su mercancía a un precio inferior al establecido por otro vendedor cualquiera. En este tipo de mercado el conocer el precio a que vende un lugar es conocer el precio a que vende los demás que funcionan en un medio de libre competencia.

En los mercados imperfectos no se puede saber de inmediato el precio que se ofrece en todos los lugares ya que el precio se distorsiona de lugar a lugar.

La fijación de precio, desde el punto de vista de la demanda, varía debido en parte a las preferencias psicológicas del público consumidor y al número de unidades que estén en el mercado, así como a la naturaleza del satisfactor, su calidad particular y la cantidad de tiempo que puede permanecer en el mercado ya que un consumidor hace sus compras con una escala de preferencias en la que clasifica bienes o servicios en orden de importancia.

La fijación del precio según la oferta se basa en el precio, desde el punto de vista de la oferta, es el costo ya que si un producto en el mercado tiene un

¹⁴ ídem

precio determinado, se deberá obtener la unidad a un menor costo de producción, para estar en posibilidad de competir ventajosamente.

Las operaciones denominadas oferta y demanda, se encuentran estrechamente vinculadas al concepto de precio por lo que se define que la demanda de cualquier cosa, dado el precio es la cantidad que se compra a ese precio por unidad de tiempo

El hecho básico del consumidor, consiste en la necesidad de elegir entre satisfacciones alternativas, dado que no es lo suficientemente rico para poder comprar todo lo que quiere ya que el consumidor trata de dar una satisfacción máxima con los recursos disponibles escogiendo los bienes que son mas deseables o accesibles para él.

CAPITULO TERCERO

ELEMENTOS CONCEPTUALES DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

3.1 Conceptos Básicos

Los conceptos jurídicos, en el derecho se nos aparecen como elementos que se encuentran en la estructura y contenido de toda norma jurídica y en cuya ausencia no se entendería a un orden jurídico determinado.

La definición conceptual, es el proceso del pensamiento que determina la formación de un concepto en base en ciertos criterios y tomando como punto de partida un material integrado por enunciados de diversas clases. En este tipo de definición es decisiva la operación del entendimiento consistente en la construcción conceptual. Posterior a esta actividad se da la expresión lingüística de la definición.

El conocimiento de los conceptos básicos, permite moverse con soltura en los ambientes jurídicos estos conceptos que son una abreviatura de la realidad normativa en el que viven como elementos, son el lenguaje de los abogados, o para decirlo de otra manera, el aparato conceptual descriptor del derecho.

Para comprender la función hay que precisar de entrada que son los únicos elementos que el científico del derecho utiliza para explicar, comprender, criticar y relacionar al derecho.

Así mismo respecto a la Ley Federal de Protección al Consumidor, se pretende que en la ley para proveedores y consumidores se eliminará todo léxico técnico que hiciera intangible la norma, puesto que, a quienes se aplicaría a sería al pueblo carente de una cultura jurídica.

El Lenguaje técnico en la Ley Federal de Protección al Consumidor, surge a la vista de la lectura de los diversos preceptos de la misma y es necesario conocer las palabras que constituyen la base de su reglamentación ya que estas se convierten en su núcleo conceptual, de cuya aplicación deriva la coordinada y certera aplicación de la misma a la múltiples hipótesis que pueden desprenderse de cada precepto.

3.1.1 Concepto de Consumidor

La figura del consumidor, a cobrado importancia en el mundo del derecho por la necesidad de proteger a la parte menos favorecidas en las relaciones jurídicas relativas a la adquisición e bienes y servicios.

La protección al consumidor comprende la de su seguridad en el mercado, su salud, la de su información y la de su educación, así como el fomento o creación de agrupaciones e instituciones que la defienden.

Etimológicamente se entiende por consumidor, genéricamente, cualquiera que consumen en las distintas acepciones verbales de consumir. En una situación mas concreta consumir significa extinguir, acabar, gastar los bienes, aniquilar, desmejorar.

En una acepción jurídica se define al consumidor como “*La persona natural o jurídica que adquiere utiliza o disfruta bienes, productos, servicios, actividades o funciones para uso personal, familiar o colectivo, siempre que lo haga como destinatario final y siendo que los que producen faciliten servicios, tengan naturaleza publica o privada, individual o colectiva*” .¹⁵

¹⁵ RIBO, Duran, Luis Diccionario de Derecho , 2da ed. Editorial Bosch S.A. Barcelona, España 1995. Pág. 240.

Así mismo, señala este autor que la diferencia entre el término consumidor y el término usuario, radica en que el usuario es el adquirente de servicios o actividades mientras que el consumidor es el que adquiere bienes o productos.

El artículo 2° de la Ley Federal de Protección al Consumidor nos dice: *“ consumidor: se a persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No es consumidor, quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes y servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros”* .

La definición contenida en la fracción I de la ley en mención se refiere solo al consumidor final. Para mayor claridad la propia fracción I advierte que no es consumidor, para los efectos de la Ley el consumidor intermedio.

En el artículo 3° de la antigua Ley Federal de Protección al Consumidor se daba una definición mas amplia del consumidor, que comprendía a tanto al consumidor final como al intermedio mencionando que se entiende por consumidor a quien contrata para su utilización la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio.

Cabe hacer mención que en el texto original de dicha ley se definió a como comerciante *“ a quienes hagan del comercio su ocupación habitual reiterada cuyo objetivo sea la compra venta de bienes muebles e inmuebles, la prestación de servicios o el otorgamiento de uso o goce temporal de dichos bienes”* .

La relación productor consumidor, solo representaba cuando acelera un comerciante y realice un acto aislado de comercio o se trate de una empresa repartición estatal, organismo descentralizado u órgano del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución de bienes o prestación de servicios a consumidores.

En relación a esta definición de consumidor establecida por la Ley en 1975, el profesor Jorge Barrera Graff Menciona “ esto no es una definición, ni desde el punto de vista lógico ni jurí dico. Lógicamente carece de las dos notas que deben de caracterizar a toda definición no hay un genero próximo al de consumidor en el que pueda incluirse este concepto, y tampoco existe una diferencia específica del consumidor con otras personas que realizan la misma actividad, o sea la adquisición, uso o disfrute de bienes o servicios. Esta es una formula tan amplia y general que en la practica cabrí an muchas operaciones y negocios, y es precisamente por esto que no estamos en presencia de una definición legal: contratar para su utilización a adquisición, uso o disfrute de bienes y servicios, puede comprender no solo la compra -venta y el mutuo, el arrendamiento y el comodato, el usufructo y toda clase de servicios “ .¹⁶

En resumen, señalaremos que el consumidor ha cobrado una gran importancia dentro del campo del derecho no únicamente a nivel nacional sino a travez de todo el mundo por la necesidad que ha surgido en la economí a de consumo para proteger a la parte débil en las relaciones jurí dicas relativas a la adquisición de los bienes, a la prestación de servicios, aunque también se tiene como finalidad el proteger a la libertad de empresa comprometida con la practica de malos proveedores que restringen, limitan, falsean o eliminan la libertad de competencia y los beneficios que producen para la colectividad en general.

3.1.2 .Concepto de Proveedor

En sentido amplio proveedor se puede definir, como la persona que tiene a su cargo proveer o abastecer de todo lo necesario. Algunos sinónimos de proveedor son abastecedor, suministrador distribuidor.

¹⁶ BARRERA, Graff, Jorge La Protección del Consumidor Revista Jurí dica Universidad Iberoamericana N 8, México Julio 1978 Pág. 198.

La Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 2° párrafo II nos dice: que se entiende como proveedor: la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios.

Así mismo el artículo 73 de la misma ley, menciona que los actos relacionados con inmuebles solo estarán sujetos a esta ley cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas destinadas a casa habitación para la venta al público o cuando otorguen al consumidor el derecho a usar inmuebles en el sistema de tiempo compartido en los términos de los artículos 64 y 65 de la presente Ley. Así mismo esta ley es aplicable a los arrendamientos de inmuebles destinados a casa habitación en el Distrito Federal, en cuyo caso al arrendatario se le considerara como consumidor y al arrendador como proveedor.

El antiguo ordenamiento, señalaba como proveedores a las personas físicas o morales a que referí a el artículo 2° siendo estos los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores. Asimismo quedan obligados al cumplimiento de esta ley, los arrendadores y arrendatarios de bienes destinados para casa habitación en el Distrito Federal.

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

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

De la lectura del artículo 2° de la Ley Federal de Protección al consumidor se desprende que dicho ordenamiento no es aplicable en materia de compraventa de bien mueble, cuando el vendedor no desarrolla actividades de producción, distribución o comercialización de bienes, o prestación de servicios a consumidores, pues en estas condiciones, cuando alguna de las partes esta inconforme con los términos o consecuencia de los contratos que hayan celebrado podrán acudir ante la autoridad judicial para demandar lo que a sus intereses convenga, pero no quejarse ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ya que esta es incompetente cuando no se da el supuesto de una controversia entre proveedores y consumidores.

3.1.3 Concepto de Autoridad

La palabra autoridad dentro del lenguaje ordinario significa fuerza o poder de algo. Los juristas entienden por autoridad “ *la posesión de quien se encuentra investido de facultades o funciones o la persona o cosa que goza (o se le atribuye) fuerza ascendencia u obligatoriedad*” .¹⁷

¹⁷ Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas tomo A-CH décimo tercera Edición, Editorial Porrúa México pág.2265.

El significado jurídico relevante de la noción de autoridad presupone la idea de una investidura. La noción de autoridad jurídica gira, así alrededor del concepto de facultad la cual indica el poder o capacidad de un individuo o grupo para modificar la situación jurídica existente. El concepto jurídico de autoridad indica que alguien está facultado jurídicamente para realizar un acto válido, presupone la capacidad o potestad para modificar validamente la situación jurídica de los demás.

De esta manera las relaciones de autoridad no son sino relaciones de dominio ejercido por los órganos del Estado, es un dominio en virtud de autoridad así llegamos a la autoridad pública la cual se divide en tres:

- a) El poder público en sí mismo o fuerza pública.
- b) El funcionario que en representación de un órgano público ejerce dicho poder o fuerza y
- c) El órgano estatal a quien la ley atribuye la fuerza o pública o el poder público.

Así mismo tenemos dos grandes elementos en el aspecto de autoridad que deben ser tomados en consideración para su estudio y entendimiento del concepto principal las cuales son jurisdicción y competencia.

La palabra jurisdicción proviene del latín *jurisdictio*, la cual literalmente significa “*decir o indicar el derecho*”. Este significado etimológico no nos permite determinar el carácter específico de la jurisdicción, pues tanto el juzgado dice el derecho como también lo hacen en la función administrativa, el órgano legislativo y el agente de la administración pública en la ley y en el acto administrativo.

Así que entendemos a la jurisdicción como “*una función soberana del Estado, realizada a través de una serie de actos que están proyectados o*

encaminados a la solución de un litigio o controversia, mediante la aplicación de una ley general a ese caso concreto controvertido para solucionar o dirimirlo“ .¹⁸

Ahora bien, la competencia en sentido lato puede definirse como “*el ámbito, la esfera o el campo dentro del cual un órgano del autoridad puede desempeñar validamente sus atribuciones y funciones*“ .¹⁹

Jurisdicción y competencia no son conceptos sinónimos. No obstante suelen, a veces ser confundidas. Esta confusión se origina quizás por la íntima relación que priva entre los dos conceptos. Sin embargo jurisdicción como hemos dicho es una función del Estado, mientras que la competencia es el límite de esa función, el ámbito de validez de la misma.

Comúnmente, un determinado órgano tiene jurisdicción y competencia, pero también puede darse el caso de la competencia sin jurisdicción. También puede darse ejercicio de la jurisdicción sin competencia.

El concepto de competencia administrativa es extenso y proclive a cierto error, por eso es necesario discriminar los supuestos dogmáticos de su contenido. Si hablamos de la administración como la suma de funciones especificaciones administrativas que se atribuyen a los órganos de la administración pública podemos establecer una administración externa. Si nos referimos a una medida de actividad administrativa que puede tener un órgano interno de la administración pública podemos entonces hablar de una competencia administrativa.

La competencia administrativa desarrollada por órganos de la administración no extingue en forma definitiva el contenido del concepto, pues

¹⁸ GOMEZ Lara, Cipriano Teoría General del Proceso 9a ed Editorial Harla México 2000 pág. 126.

¹⁹ ibidem pág. 127.

dentro de estos órganos pueden desarrollarse actividades similares con la administración, ya que actividad en la administración pública no significa propiamente función administrativa.

Hay órganos dentro de la administración, en ciertos regímenes legislativos que desarrollan actividades judiciales en cuanto aplican el derecho por medio de órganos funcionalmente independientes.

La competencia administrativa interna es la medida de capacidad funcional que tienen los órganos dentro de la organización administrativa. Las atribuciones de cada órgano se establecen por medio de disposiciones legales, sean de sustancia administrativa o legislativa.

La competencia de los órganos administrativos es de carácter público y por tanto, improrrogable en virtud de sus funciones básicas de gestores de interés público, esta improrrogabilidad sufre declinaciones cuando se trata de la avocación y la delegación. Lo primero sucede cuando un órgano superior ejecuta por ser un acto o una gestión que le correspondía a un órgano inferior, lo segundo acontece cuando el órgano superior delega un acto de su competencia a otro órgano inferior.

El artículo 3° de la Ley de la materia menciona que *“A falta de competencia específica de determinada dependencia de la administración Pública Federal, corresponde a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial expedir las normas oficiales mexicanas previstas por la Ley y a la Procuraduría a vigilar se cumpla con lo dispuesto en la propia ley y sancionar su incumplimiento”*.

Cabe hacer mención a lo anterior que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, desapareció, no habiéndose reformado la Ley en este sentido.

Nos damos cuenta que este artículo distribuye con precisión la competencia para la aplicación de la ley. A la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial atribuye la expedición de las normas oficiales mexicanas previstas por la Ley y a la Procuraduría Federal del Consumidor vigilar se cumpla con lo dispuesto en la propia ley y sancionar su incumplimiento.

El artículo 19 de la Ley en estudio menciona las atribuciones de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial que a letra dice “*la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial estará facultada para expedir normas oficiales mexicanas respecto de:*

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

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

III.- La forma y términos en que deberá integrarse la información obligatoria correspondiente en los productos a que 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 esta ejercerá la presente atribución;

V.- los requisitos que deberán cumplir los sistemas y practicas 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 estos sean, en sus envases, empaques envolturas mediante letreros colocados en el lugar donde se encuentren para su expedición, 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 practicas industriales, comerciales o de servicios que requieran ser normalizadas de conformidad con otras disposiciones; y

IX.- Las de mas que establezca esta Ley en otros ordenamientos.

De conformidad con la distribución de competencias previstas en el artículo 3° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el artículo en comentario enuncia los principales contenidos de las normas oficiales mexicanas de la desaparecida Secretaria de Comercio y Fomento Industrial estaba facultada para expedir.

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

La fracción XVIII hace referencia a otras finalidades “ *en que se requiera normalizar productos, métodos, procesos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios, de conformidad con otras disposiciones legales, siempre que se observe lo dispuesto por los artículos 45 a 47*” . El artículo 41 señala los requisitos de contenido que deben cumplir las normas oficiales mexicanas. Y en los artículos 43 a 51 se prevé los procedimientos de elaboración y modificación de las normas oficiales mexicanas.

Las normas oficiales mexicanas que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (ahora la secretaria de economía) puede expedir, conforme al artículo 19 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se refiere a los siguientes temas:

- 1) Ingredientes, propiedades y demás características de los productos (fracciones I, II y III).
- 2) Información sobre garantías de los productos y servicios (fracción IV).
- 3) Sistemas y prácticas de comercialización de bienes (fracción V).
- 4) Productos que deben ostentar el precio de venta al público (fracción VI).

5) Modelos de contratos de adhesión de inscripción obligatoria (fracción VII).

6) Características de los productos, procesos, métodos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios que requieran ser normalizados de conformidad con otras disposiciones (fracción VIII).

La Procuraduría Federal del Consumidor, es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propios. 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.

Debiendo entenderse como organismo descentralizado, el concepto encontrado en el artículo 45 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que señala:

“ Son organismos descentralizados las entidades creadas por la ley o decreto del Congreso de la Unión, o por un decreto del Ejecutivo Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, cualquiera que sea la estructura legal que adopten” .

Con Base a este concepto que da la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal sobre organismos descentralizados, y con lo establecido en el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la PROFECO tiene las siguientes características:

1.- Tiene personalidad jurídica diversa de la administración central.

2.- Posee un patrimonio propio. Que se integran con los bienes con que cuenta, los recursos que directamente le asigne el Presupuesto de Egresos de la Federación, los recursos que le aporten las dependencias entidades de la administración pública federal, estatal y municipal, y los demás bienes que adquiera por cualquier título legal, esto conforme a lo establecido por el artículo 23 de la propia ley.

3.- Tiene funciones de autoridad administrativa, ya que puede emitir actos unilaterales, imperativos y coercibles, en ejercicio de las atribuciones que le confiere la ley.

4.- El servicio social que le confiere a ley, consiste en:

- Promover y proteger los derechos e interés del consumidor, y
- Procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Con la ley actual se busca fortalecer los mecanismos de información, orientación y asesoría para que el público ejerza sus derechos ante la Procuraduría Federal del Consumidor, en contra de proveedores de bienes o servicios, en una actividad preventiva de posibles prácticas de comercio irregular.

La Procuraduría Federal de Protección al Consumidor como autoridad, es el punto formal e institucional del Derecho de Consumo, el cual es un instrumento básico para el desarrollo social y económica que ocupa la verificación y actualización de las normas del proceso económico, regulando el cumplimiento de la calidad de bienes y servicios. Dos funciones primordiales de este derecho son: a) la defensa del consumidor y b) el estímulo a la concentración de los poderes públicos, es un medio que utiliza el Estado para controlar los poderes privados económicos, con el fin de dirimir los conflictos nacidos de las relaciones de consumo.

La vinculación de la PROFECO con el sistema de justicia, se fundamenta en que la primera tiene como fin el promover y proteger los derechos del consumidor, así como procurar la equidad y seguridad jurídica entre proveedores y consumidores.

Es por ello que el derecho de consumo, se ubica en el derecho social, en virtud de que desde su nacimiento a la vida jurídica ha buscado moderar la autonomía formal de la voluntad para salvaguardar la auténtica libertad y asegurar la realización de la justicia en las relaciones jurídicas que se dan en las transacciones comerciales.

Las atribuciones que se tipifican en el artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, son las siguientes:

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

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

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

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

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

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

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

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

IX.- Promover nuevos y 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 Secretaria la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de los proveedores, que incorporen los principios previstos por esta ley, respecto de las transacciones que celebren con los consumidores a través del uso de medios electrónico, 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 la ley;

XII.- Celebrar convenios y acuerdos de colaboración de información con autoridades federales, estatales, municipales y entidades para estatales, en beneficio de los consumidores;

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

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

XV.- Registrar los contratos de adhesión que se requieran, cuando cumplan la normatividad aplicable, 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 por la 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 organización de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría;

XIX.- Aplicar las sanciones establecidas en la Ley;

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

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

Las atribuciones contenidas en el artículo 24 se pueden dividir en tres grupos:

1) Aquellas que se encontraban previstas en la Ley de 1975 y que se pueden definir como tradicionales.

2) Las que correspondieron al Instituto Nacional del Consumidor, y que, por la extinción por fusión de dicho organismo con la Procuraduría, ahora se atribuyen a esta y ;

3) Las nuevas atribuciones que se contemplan en este precepto.

1.- Las atribuciones señaladas en el artículo 59 de la Ley anterior han sido recogidas en el artículo 24 de la Ley vigente.

En la fracción I de este precepto se expresa, mas que una atribución la que viene a ser la función esencial de la Procuraduría, previstas en el artículo 20;

promover y proteger los derechos de los consumidores; así como aplicar las medias necesarias para propiciarla equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

En las fracciones II y III se contienen la facultad para que la Procuraduría ejerza la representación y procuración de los consumidores ante los tribunales, las autoridades administrativas y los proveedores.

La fracción XIII refiere a las atribuciones de vigilancia y verificación a cumplimiento de precios y tarifas acordados, registrados o autorizados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, pero la fracción XIV dirige dicha atribución al cumplimiento de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivo, garantías y especificaciones industriales, conforme al procedimiento regulado por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Las atribuciones para registrar contratos de adhesión fracción XV puede ser ejercida en las siguiente hipótesis:

1) Cuando se pida la inscripción del contrato de adhesión que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy la Secretaría de Economía), mediante normas oficiales Mexicanas, haya determinado de registro obligatorio y;

2) Cuando se solicite voluntariamente la inscripción de contratos de adhesión que no sean de registro obligatorio. En ambos supuestos, la Procuraduría debe organizar y llevar a cabo el Registro Público de Contratos de Adhesión.

La facultad de procurar la diferencia de los consumidores y proveedores fracción XVI se realiza normalmente a través del procedimiento conciliatorio. Cuando ambas partes manifiestan su acuerdo para someter sus diferencias al

arbitraje de la Procuraduría, ésta ya no se limita a procurar o proponer la solución, sino que debe disponerla a través del laudo.

Además de las atribuciones para denunciar hechos que puedan constituir delitos o infracciones administrativas fracción (XVII), para promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores fracción (XVII) y para imponer las sanciones previstas en la Ley fracción (XIX), se conserva la que tiene la procuraduría para excitar a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores fracción (XX). Esta es una de las atribuciones típicas del Ombudsman del consumidor, que permiten a la Procuraduría, independientemente de la atención que brinde a las reclamaciones individuales de los consumidores, buscar soluciones con efectos generales, excitando o solicitando a las autoridades competentes que tomen medidas adecuadas para combatir todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores.

En el ejercicio de estas atribuciones la Procuraduría no actúa como autoridad, sino que se limita a formular una excitativa, una recomendación, para que la autoridad competente dicte las medidas pertinentes, éstas sí, como es lógico, con efectos de actos de autoridad. La propia fracción XX prevé que la Procuraduría, cuando lo considere pertinente, podrá publicar sus excitativas.

2.- Las funciones, que el artículo de la Ley anterior atribuyó al Instituto Nacional del Consumidor, quedan recogidas en las fracciones IV a IX del artículo 24.

Son funciones orientadoras, informativas, de difusión, educativas y de investigación que permitirán a la Procuraduría contribuir a prevenir los conflictos. En la medida que la Procuraduría proporcione información objetiva sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado; difunda los derechos del consumidor y realice programas educativos y de capacitación para conformar una

cultura de consumo racional, estará proveyendo a los consumidores de elementos de juicio para evitar el conflicto o que este surja de la manera menos desfavorable posible.

La conjunción de estas atribuciones en la Procuraduría, le van a permitir enriquecer su labor orientadora y educativa, pues su conocimiento de las reclamaciones de los consumidores le enseñaran los sectores del mercado que requieren de una mas amplia difusión.

3.- Nuevas atribuciones

El artículo 24 confiere a la Procuraduría las siguientes nuevas atribuciones:

1) Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos fracción X.

2) Celebrar convenio y acuerdos de colaboración e información con autoridades federales, estatales, municipales y entidades paraestatales, en beneficio de los consumidores fracción XII.

Conviene tener presente que dos importantes nuevas atribuciones de la Procuraduría se consignan fuera del artículo 24 de la ley en cita:

1) Las acciones de grupo artículo 26 de la misma ley.

2) Las suspensión de la publicidad que viole las disposiciones de la Ley artículo 35 del ordenamiento legal invocado.

El artículo 4° de la multicitada ley menciona que son auxiliares en la aplicación y vigilancia de esta Ley las autoridades federales, estatales y municipales.

Este precepto recoge a disposición contenidas en el tercer párrafo del artículo 1° de la Ley anterior que a la letra dice “ *Serán órganos auxiliares para la aplicación y vigilancia de lo dispuesto por esta Ley toda clase de autoridades federales, estatales y municipales. Los agentes del Ministerio Público Federal orientaran a los consumidores respecto a los alcances de esta Ley, los procedimientos y las autoridades competentes para conocer de sus quejas.*” . Con base en este precepto, la Procuraduría Federal del Consumidor puede solicitar la intervención de las autoridades federales, estatales y municipales para que la auxilien a vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley y para hacer efectivas las medidas de apremio y las sanciones que imponga. En general la Procuraduría Federal del Consumidor puede requerir la intervención de dichas autoridades para lograr la aplicación de la Ley.

3.2. Principal terminología en la Ley Federal de Protección al Consumidor

La comunicación selecta, concreta y certera es necesaria para el entendimiento de cualquier ciencia, tanto fáctica como social, con un fin obvio, economía de tiempo, ahorro de palabras, significación admitida.

El desconocimiento de la significación adecuada hace que la persona caiga en errores tanto de hecho como de derecho, tres son los leguajes técnico-jurídico precisos adecuados y certeros.

El primero se encuentra en las leyes. El segundo está constituido por la jurisprudencia de los tribunales y finalmente la doctrina de diversos tratadistas que se refieren a la explicación científica de todas las teorías y complejos de leyes.

3.2.1. Acciones

Del latín actio, movimiento, actividad, acusación. Si bien dicho vocablo posee varias acepciones jurídicas, la más importante y la que le asigna un sentido propio es la que se refiere a su carácter procesal. Dicha acción procesal puede concebirse como el poder jurídico de provocar la actividad del juzgamiento de un órgano que decida los litigios de intereses jurídicos.

Menciona Cipriano Gómez Lara la palabra acción tiene en el derecho por lo menos tres acepciones distintas;

“ 1.- En primer lugar, se utiliza como sinónimo de derecho subjetivo material que trata de hacerse valer en un juicio.

2.- La palabra acción también suele ser usada para designar la pretensión o reclamación que la parte actora o acusadora formula en su demanda o en su acusación, siendo la pretensión la reclamación concreta que la parte actora hace contra la parte demandada en relación con un bien jurídico. En este segundo sentido, es común que se hable de acción fundada o infundada, de acción reivindicatoria, de acción de pago de peso, de acción de condena, etc.

3.- Por último, la acción también es entendida como la facultad (o el derecho público subjetivo) que las personas tienen para promover la actividad del órgano jurisdiccional, con el fin de que una vez realizados los actos procesales correspondientes emita una sentencia sobre los litigios. Esta facultad o derecho se tiene con independencia de que la parte actora lo

*ejerza tenga o no razón; de que sea o no fundada su pretensión.”*²⁰

En tales términos en la ley en comento maneja la reclamación en su artículo 99, siendo ésta el acto con el cual el consumidor inicia el procedimiento conciliatorio ante la Procuraduría, los requisitos contenidos en este artículo son mínimos y esenciales para que pueda identificarse al reclamante, al proveedor, el bien o servicio sobre el que recae la reclamación y los hechos en que se base ésta.

En relación con el ejercicio de las acciones, menciona el artículo 102 de la Ley Federal de Protección al Consumidor :“ **Presentada la reclamación se tendrá por interrumpido el término de la prescripción de las acciones legales correspondientes, durante el tiempo que dure el procedimiento.**”.

La finalidad primordial de este precepto consiste en permitir que el consumidor pueda ejercer sus derechos ante la Procuraduría, sin que este ejercicio le vaya a cuasar el perjuicio de que continúen corriendo los plazos de prescripción para ejercer esos mismo derechos ante los tribunales competentes,

Así mismo en tales términos al conferir la ley a los convenios aprobados así como a los laudos emitidos por dicha autoridad fuerza de cosa juzgada y traer aparejada ejecución, y al dárseles el carácter de títulos ejecutivos se puede ejercitar la acción cambiaria directa para el caso de pretender ejercitarlo dentro de la vía ejecutiva y no dentro de la vía de apremio.

El artículo 97 de la Ley de la materia menciona en relación con lo anterior que “**Cualquier persona tiene derecho a denunciar ante la Procuraduría a las violaciones a las disposiciones de esta ley...**”.

²⁰ GÓMEZ, Lara Cipriano. *op cit* Pág.. 154

Lo contenido en dicho artículo es para que la Procuraduría pueda llevar a cabo sus atribuciones de vigilancia y verificación con base en una denuncia, que puede presentar cualquier persona sobre los hechos que puedan no constituir una infracción a la ley.

3.2.2. Derechos

El término derecho además de designar un orden jurídico, se usa para referirse a una ventaja o beneficio normativo conferido a un individuo o a una clase de individuo. En este sentido derecho significa una permisión otorgada a alguien es así que se dice que el comportamiento se encuentra jurídicamente tutelado.

El sentido de pretensión, petición o reclamo que se encuentra en su origen, ha dado ocasión a un uso abusivo y perturbador de “derecho”. Así cualquier pretensión que se considere justificada pretende reivindicar el nombre de derecho y cubrir dicha pretensión con el significado técnico de derecho subjetivo en el sentido de permisión o potestad jurídicamente protegida.

Ciertamente el derecho subjetivo, sigue siendo una exigencia judicialmente respaldada. Por ello es necesario deslindar el uso técnico del término derecho del uso incorrecto.

El artículo 7° menciona que “*Todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a los cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona con discapacidad*”.

Considerando el artículo anterior daremos un pequeño concepto de los términos que maneja para un mejor entendimiento, toda vez que varios de ellos se estudiarán más a fondo en el capítulo cuarto del presente trabajo.

A) Precio.- Del latín pretium, valor pecuniario en que se estima algo, cantidad que se pide por una cosa; prestación consistente en numerario, valores o títulos que un contratante da o promete, por conmutación de cosa derecho o servicio.

En el pago de unos servicios y en la compraventa de bienes la contraprestación se denomina precio por antonomasia; en el préstamo de dinero, interés o crédito, y en el arrendamiento de cosa, renta o alquiler.

B) Garantía.- En la Ley Federal de Protección al Consumidor la palabra garantía se utiliza para designar al acto jurídico (normalmente expresado en una póliza) a través del cual el proveedor asume ante el consumidor la responsabilidad de todos los defectos por falta de calidad o del nivel de prestación que pueda afectar el funcionamiento normal del bien o del servicio objeto del acto de consumo, de acuerdo con las características, condiciones, utilidad o finalidad del mismo, por lo que el proveedor se obliga, durante un plazo determinado, a efectuar todas las reparaciones que requieran los bienes enajenados, arrendados u objetos del servicio, para su utilización normal.²¹

El artículo 77 de la ley en comento menciona que “*Todo bien o servicio que se ofrezca con garantía deberá sujetarse a lo dispuesto por la ley y a lo pactado entre proveedores y consumidores*”.

²¹ OVALLE, Favela, José. Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor, 2ª ed Editorial Mc Graw Hill México 1995 Pág. 151

A) Medida.- Expresión comparativa de dimensiones y cantidades

B) Cantidad.- todo lo que es capaz de aumento y disminución y puede por consiguiente medirse y numerarse.

C) Fecha.- Indicación de tiempo y lugar en que se hace y ocurre algo.

D) Intereses.- En un sentido estricto, se identifica con el provecho, rendimiento o utilidad que se obtiene del capital (dinero). Así mismo, puede considerarse como el beneficio económico que se logra de cualquier clase de inversión. En un sentido mas amplio; compensación en dinero o en cualquier valor que recibe al el acreedor en forma accesoria al cumplimiento de una obligación.

Los intereses pueden clasificarse en ;

a) Lucrativo. Los que se pagan en el mutuo por el mutuo mismo.

b) Compensatorios. Los que se devengan durante el plazo convenido, para prevenir el consecuente defase económico.

c) Moratorios. Los que se pagan como sanción a titulo de reparación a los daños y perjuicios causados por el retraso en el cumplimiento. Aquí siempre tiene derecho el acreedor a los interés legales a partir de día a de la mora.

d) Tarifa.- Se define a las tarifas como las tablas o catálogos de precios, derechos o impuestos que se deben pagar por algún servicio o trabajo que se realice, existen diversos tipos de tarifas y las definiciones de las mismas se desprenden de diversas disposiciones jurídicas .

El artículo 8° de la ley en cita menciona que *“Los proveedores están obligados a respetar los precios y tarifas acordados, fijados, establecido,*

registrados o autorizados por la Secretaría o por cualquier otra dependencia federal, en los términos de la legislación de la materia“ .

A) Oferta y promoción .- En términos generales, promesa que se hace de dar, cumplir o ejecutar una cosa. Alude también a la presentación de bienes o mercancías para su venta. En sentido estrictamente jurídico oferta es “ *la proposición que una persona hace a otra para contratar bajo ciertas condiciones*” .²²

En términos generales, se califican como promociones las prácticas comerciales en las que se ofrecen al público bienes o servicios con un contenido adicional al que normalmente les corresponde. En cambio la expresión oferta (que también se llama barata, descuento o remate) se emplea para calificar el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad o precios inferiores a los normales del establecimiento.

Los términos promociones y ofertas, son utilizados de acuerdo con su significado comercial, ya que estas definiciones no corresponden a su sentido jurídico. Desde un punto de vista jurídico, tanto las promociones como las ofertas son declaraciones unilaterales de la voluntad expresadas por los proveedores, por lo que ambas pueden ser consideradas jurídicamente como ofertas u ofrecimientos.

3.2.3. Documentos

Del latín *docere*, enseñar en sentido amplio, una entidad física, simple o compuesta, idónea para recibir, conservar y transmitir la representación descriptiva, emblemática o fonética de una determinada realidad relevante en el plano jurídico. El elemento material de la cuestión puede ser un papel, un video una

²² Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas tomo de I-O 13a ed Editorial Porrúa México 1999 Pág. 2265

cinta magnetofónica, la docencia puede radicar en los signos de la escritura, la imágenes del video o los sonidos grabados en la cinta. En un sentido estricto por documento se entiende el recipiente, soporte o envase en el que se vierten por escrito manifestaciones o declaraciones.

Los documentos pueden ser públicos o privados. a) Son públicos los autorizados por un funcionario público competente con las solemnidades requeridas por la ley; b) son documentos privados aquellos que redactan las partes concernidas en los mismos, por si solas o con intervención de terceros que no poseen la calidad de funcionarios públicos con una capacitación especial y legitimados para ello.

El artículo 1237 del Código de Comercio, nos dice que “son instrumentos públicos los que está reputados como tales en las leyes comunes, y además las pólizas de contratos mercantiles celebrados con intervención de corredor y autorizados por este, conforme a lo dispuesto por el referido Código” .

Así mismo el artículo 1238 del citado ordenamiento refiere que son documentos privados cualquier otro no comprendido en lo que dispone el artículo 1237.

El artículo 327 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal nos dice que son documentos públicos:

I.- Las escrituras públicas, pólizas y actos otorgadas ante notario o corredor público y los testimonios y copias certificadas de dichos documentos;

II.- Los documentos auténticos expedidos por funcionarios que desempeñen cargo público en lo que refiere al ejercicio de sus funciones;

III.- Los documentos auténticos, libros de actos, estatutos, registros y catastros que se hallen en los archivos públicos, o los dependientes del gobierno federal, de los estados, los Ayuntamientos o del Distrito Federal;

IV.- Las certificaciones de actas del estado civil expedidas por los jueces del Registro Civil, respecto a las constancias existentes en los libros correspondientes;

V.- Las certificaciones y constancias existentes en los archivos públicos expedidas por los funcionarios a quienes compete;

VI.- Las certificaciones e constancias existentes en los archivos parroquiales y que se refieran a actos pasados antes del establecimiento del Registro civil, siempre que fueran cotejados por notario público o que haga sus veces con arreglo a derecho;

VII.- Las ordenanzas, estatutos, reglamentos y actas de sociedades o asociados, universidades, siempre que estuvieran aprobados por el gobierno Federal o de los Estados y las copias certificadas que de ellos se expidieren;

VIII.- Las actuaciones judiciales de toda especie;

IX.- Las certificaciones que expidieren las bolsas mercantiles o mineras autorizadas por la ley y las expedidas por corredores titulados con arreglo al Código de Comercio;

X.- Los demás a los que se les reconozca ese carácter por la ley

El artículo 334 del mismo ordenamiento a la letra dice “ *Son documentos privados los vales, pagarés, libros de cuenta, cartas y demás escritos firmados o formados por las partes o de su orden y que no estén autorizados por escribanos o funcionario competente.*”

Aunado a lo anterior nos menciona el artículo 1391 del Código de Comercio los documentos que traen aparejada ejecución y dice

Traen aparejada ejecución;

I.- La sentencia ejecutoriada o pasada en autoridad de cosa juzgada y la arbitral que sea inapelable, conforme al artículo 1346 observándose lo dispuesto por el 1348;

II.- Los instrumentos públicos;

III.- La confesión judicial del deudor, según el artículo 1288;

IV.- Los títulos de crédito:

V.- Las pólizas de seguros conforme a la ley de la materia ;

VI.- La decisión de peritos designados en los seguros, para fijar el importe del siniestro, observándose lo prescrito en la ley de la materia;

VII.- Las facturas, cuentas corrientes y cualesquiera otros contratos de comercio firmados y reconocidos judicialmente por el deudor, y

VIII.- Los demás documentos que por disposición de la ley tienen el carácter de ejecutivos o que por sus características traen aparejada ejecución.

En relación con lo anterior el artículo 444 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal menciona que *“Las sentencias que causen ejecutoria y los convenios judiciales, los convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, los laudos que emita la propia Procuraduría y los laudos o juicios de contadores, motivaran ejecución si el interesado no intentare la vía de apremio”*.

Los principales documentos encontrados en la Ley Federal de Protección al Consumidor son los siguientes:

A) Contrato de Adhesión.- El artículo 85 de la ley en cita refiere que *“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 las prestaciones de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga 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 deberán ser legibles a simple vista”*.

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

B) Garantía.- En la Ley Federal de Protección al Consumidor la palabra garantía se utiliza para designar al acto jurídico (normalmente expresado en una

póliza) a través del cual el proveedor asume ante el consumidor la responsabilidad de todos los defectos por falta de calidad o del nivel de prestación que pueda afectar el funcionamiento normal del bien o del servicio objeto del acto de consumo, de acuerdo con las características, condiciones, utilidad o finalidad del mismo, por lo que el proveedor se obliga, durante un plazo determinado, a efectuar todas las reparaciones que requieran los bienes enajenados, arrendados u objetos del servicio, para su utilización normal.

C) Factura.- Es un documento privado no negociable, de carácter exclusivamente probatorio, expedido por empresarios, en el cual se hace constar la mercancía o mercancías que han sido objeto de una operación comercial y su importe. El comprador, o quien recibe el servicio, comprueban el pago y el gasto correspondiente cuando tienen en su poder la factura firmada. Los documentos que el uso cotidiano se llaman notas, cuentas, etc., son auténticas facturas.

El artículo 12 de la referida ley, impone a los proveedores la obligación de entregar al consumidor factura, recibo o comprobante para los fines propios de la ley, es decir para que el consumidor esté en condiciones de ejercer derechos, facultades y acciones previstos en la misma. Es claro que el proveedor debe entregar factura, recibo o comprobante independientemente de lo que disponga la legislación fiscal, pues tales documentos sirven de prueba de los derechos que adquiere como consumidor. Por eso el artículo 12 señala que esta obligación del proveedor es independiente de las obligaciones que le imponga la legislación fiscal.

D) Operación a crédito.- La operación a crédito es un negociación o contrato por el cual el acreedor (acreditante) transfiere un valor económico al deudor (acreditado) y ese se compromete a reintegrarlo en el plazo convenido.

A la prestación presente del acreditante debe corresponde la contrapartida, prestación futura del acreditado.

Desde el punto de vista de la contrapartida, las operaciones a crédito se clasifican en:

a) Contrapartida Homogénea, si el deudor restituye bienes del mismo genero, especie y calidad de los que recibió y;

b) Contrapartida Heterogénea si el deudo reintegra bienes distintos ejemplo la venta a plazos.

El contenido del capí tulo VII De las Operaciones a Crédito, la Ley refiere particularmente a los contratos de compraventa a plazos y de prestación de servicios con pago diferido.

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

En el artí culo 66 del referido ordenamiento legal se distingue entre le precio del bien o del servicio, que no podrá modificarse, salvo que otra ley lo autorice o que exista convenio en contrario, y el costo del crédito, que se compone por los intereses y cualquier otro cargo que se haga al consumidor por el otorgamiento del crédito.

c) Documentos Ejecutivos.- Menciona el artí culo 110 Ley Federal de Protección al Consumidor en su primer párrafo. *“ Los convenios aprobados y laudos emitidos por la Procuradurí a tienen fuerza de cosa juzgada y traen aparejada ejecución lo que podrá promoverse ante los tribunales competentes en la ví a de apremio o en juicio ejecutivo a elección del interesado“ .*

Para esto, el maestro Cipriano Gómez Lara nos menciona que “ *El juicio ejecutivo se ha calificado como un proceso en que están alterados el orden normal de las etapas. Está alterado este orden porque primero debería estar la fase llamada de conocimiento y después la fase de ejecución, y aquí las fases están invertidas ya que primero se ejecuta y después se conoce. Es necesario que exista un título ejecutivo para que pueda haber juicio ejecutivo* “. ²³

Así mismo la vía de apremio viene del vocablo apremio viene de apremiar, unger forzar a alguien a que haga algo. “ *El apremio judicial es un apremio forzoso. Se está compeliendo a alguien a cumplir con algo a través del apremio. Es decir consiste en la ejecución forzosa de algo básicamente en la ejecución de las sentencias mediante el procedimiento de embargo y remate* “. ²⁴

3.2.4. Procedimentales

Entendemos por proceso un “ *conjunto complejo de actos del estado como soberano de las partes interesadas y de los terceros ajenos a la relación sustancial, actos todos que tienden a la aplicación de una ley general a un caso concreto controvertido para solucionar o dirimirlo* “. ²⁵

El proceso no es sino ese conjunto complejo de actos del Estado, de las partes y de terceros ajenos a la relación sustancial. Los actos del Estado son ejercicio de jurisdicción; los actos de las partes interesadas son acción, en el sentido de la doble pertenencia de la misma, es decir, la acción entendida como la actividad realizada por el actor y por el demandado, y finalmente los actos de

²³ GÓMEZ, Lara, Cipriano. Derecho Procesal civil 9a ed editorial Harla México 2000 Pág. 230

²⁴ Ídem

²⁵ GÓMEZ, Lara Cipriano, Teoría general del Proceso op cit Pág. 95

terceros, que son actos de auxilio al juzgador o a las partes que convergen, junto con la jurisdicción y junto con la acción, dentro del mismo proceso para llegar al fin lógico y normal de éste, la sentencia o resolución.

Los principales términos procesales empleados en la Ley son:

A) Arbitraje.- Del Latín *arbitratus*, de *arbitror*, arbitraje. Es una forma heterocompositiva, es decir una solución al litigio dada por un tercero imparcial designado por la partes contendientes (en ausencia de su consentimiento el nombramiento será hecho por la autoridad competente), siguiendo un procedimiento que aunque regulado por la ley adjetiva tiene un ritual menos severo que el del procedimiento del proceso jurisdiccional. La resolución por la que se manifiesta el arreglo se denomina laudo, cuya eficacia depende de la voluntad de las partes o de la intervención judicial oficial, según las diversas variantes que se presenten.²⁶

A partir del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal de 1932 se fusionaron en el arbitraje dos formas distintas para resolver el conflicto; el arbitraje de derecho (o como también se llama de estricto derecho), en el cual el árbitro debe resolver el conflicto aplicando las reglas de derecho vigente; y el arbitraje de equidad, “o de amigable composición”, en el cual el árbitro es facultado expresamente por la partes para que decida la controversia sin apegarse a las reglas del derecho vigente, si no en base de criterios de equidad como lo indica el artículo 119 de la Ley de la Materia que a la letra dice: En la amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto del arbitraje y el árbitro tendrá la libertad para resolver en conciencia y a buena fe guardada, sin sujeción a reglas legales, pero observando las formalidades esenciales del procedimiento. El árbitro tendrá la facultad de allegarse todos los elementos que juzgue necesarios para resolver las cuestiones que se hayan planteado. No habrá términos ni incidentes.

²⁶ Diccionario Jurídico Mexicano, tomo de I-O *op cit.* Pág. 198-199

Por lo que respecta al arbitraje en estricto derecho menciona el artículo 120: en el juicio arbitral de estricto derecho las partes formularán compromiso en las que fijarán las del procedimiento que convencionalmente establezcan, aplicándose supletoriamente el Código de Comercio y a falta de disposición en dicho Código, el ordenamiento procesal civil local aplicable.

B) Laudo.- Decisión dictada por el arbitro para resolver un conflicto que haya sido sometido a su análisis y estudio por los contendientes en un juicio.

El laudo no es propiamente una sentencia, porque la decisión adoptada por el arbitro mas que una determinación que pone fin al conflicto, encierra un consejo o recomendación, la cual se ofrece con espíritu pacificador y en forma amistosa, basados en el conocimiento que tenga aquel respecto de los hechos.

C) Medidas de apremio.- *Es el conjunto de instrumento jurídico a través de los cuales el juez o tribunal puede hacer cumplir coactivamente sus resoluciones.*

27

El artículo 25 menciona que la Procuraduría, para el desempeño de sus funciones que le atribuye la ley, podrá emplear los siguientes medios de apremio;

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

II. El auxilio de la fuerza pública.

²⁷ Diccionario Jurídico Mexicano, op cit tomo de p-z Pág. 2162

D) Multa.- Pena pecuniaria consistente en el pago al Estado de una cantidad de dinero.

El artículo 126 menciona los supuestos por los cuales las sanciones serán equivalentes de una hasta ochocientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, el artículo 127 hace referencia a las sanciones con multa equivalente de una a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal y el artículo 128 da la máxima sanción en la multa equivalente de una hasta dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

E) Sanción.- Es el castigo que impone la autoridad a los infractores de la ley. Presupone la existencia de un acto ilícito que la oposición o infracción de ordenamiento Jurídico.

El artículo 125 menciona que las infracciones a lo dispuesto por esta ley serán sancionadas por la Procuraduría.

F) Infracción.- Es la contravención a una norma de carácter administrativo derivada de una acción u omisión

G) Ejecución.- La ejecución es consecuencia probable de todo tipo de proceso, ya sea penal, civil, administrativo, etc. En términos generales debe entenderse por ejecución la materialización de lo ordenado por el tribunal a efecto de que tenga cumplimiento en la realidad.

CAPITULO CUARTO

ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

4.1 Concepto de obligación.

Tradicionalmente se ha definido la obligación “ *como un vínculo jurídico por virtud del cual una persona denominada deudor, se encuentra constreñida jurídicamente a ejecutar algo a favor de una persona, llamada acreedor* “. ²⁸

En las institutas de Justiniano se caracteriza a la obligación “ *como un vínculo jurídico que constriñe a una persona a pagar una cosa, según las leyes de la ciudad. Es decir la obligación es un vínculo jurídico que nos constriñe a la necesidad de pagar una cosa conforme a las leyes de nuestra ciudad* “. ²⁹

Así mismo, menciona el doctrinario Manuel Bejarano Sánchez que “ *la obligación es la necesidad jurídica que tiene la persona llamada deudor, de conceder a otra llamada acreedor, un prestación de dar, hacer o de no hacer* ”. ³⁰

Hay una gran variedad de definiciones de obligación, en donde encontramos siempre como elementos constantes, primero: la relación jurídica entre acreedor y deudor y, segundo, el objeto de esta relación jurídica, consistente en dar hacer o no hacer. También en las diferentes definiciones encontramos la referencia a los sujetos.

²⁸ ROJINA, Villegas , Rafael Compendio de Derecho Civil Tomo III, 3a Editorial Porra, México D.F. 1970 Pág. 7

²⁹ Ídem

³⁰ BEJARANO, Sánchez, Manuel. Obligaciones Civiles,4a ed. Editorial Harla, México 1998 Pág. 6.

El concepto de obligación puede poner énfasis en cualquiera de sus elementos de estructura; ya sea en los sujetos, el objeto o en los vínculos de derecho. En general los tratadistas definen la obligación como: “una relación jurídica por virtud de la cual un sujeto llamada acreedor, está facultado para exigir de otro sujeto denominado deudor, una prestación o abstención,” así podemos partir que es una facultad que tiene el acreedor sobre el deudor para exigir una prestación o abstención.

Para un mejor entendimiento de los conceptos antes mencionados, explicaremos brevemente los elementos base de los mismos:

A) Sujeto.- Los sujetos de las obligaciones pueden ser personas físicas o personas morales, entendiendo como personas físicas “*el hombre y mujer sujetos de derechos y obligaciones. Todos los seres humanos son sujetos de derechos y obligaciones y aun cuando su capacidad jurídica pueda estar limitada, atendiendo a diversas circunstancias, éstas no pueden ser de tal grado que anulen la personalidad*” .³¹

Las personas morales, son entes distintos a los personas físicas pero al igual se constituyen como sujetos de derechos y obligaciones así , son personas morales para nuestro derecho las enumeradas por el artículo 25 del Código Civil para el Distrito Federal, las cuales a través de los órganos que las representan pueden obrar, obligarse y ejercitar todos los derechos que le sean necesarios para realizar el objeto de su constitución.

Los sujetos, normalmente son determinados, pero pueden ser determinables, como acontece con las obligaciones en los títulos de crédito al portador, en la promesa de recompensa y otros.

³¹ BAQUEIRO, Rojas, Edgar y Buenrostro. Derecho Civil Introduccion y Personas

B) El objeto.- Es el contenido de la conducta del deudor, lo que este debe dar, hacer o no hacer es decir la clase de servicio que debe realizar a su acreedor, es decir, a lo que se obligó el deudor; así mismo el objeto de la obligación, cualquiera que sea debe ser de realización posible para constituir una obligación eficaz, existente. La prestación que no es posible efectuar por impedimentos naturales o jurídicos, no puede constituir un vínculo de derecho que exista y produzca efectos.

La posibilidad del objeto de la obligación es un requisito de existencia o esencial.

Continuando con este orden de ideas el contenido de la conducta exigida al deudor, debe estar en armonía con el ordenamiento jurídico. Las obligaciones no deben tener por objeto comportamientos reprobados por la norma del derecho.

La licitud del objeto es una condición de validez o eficacia de la obligación.

C) El tercer elemento conceptual de la obligación es la relación jurídica es decir el vínculo jurídico que obliga al deudor con el acreedor, la relación deudor acreedor tiene efectos de derecho muy típicos que comprenden la sujeción de éste al poder de aquél pues el acreedor tiene potestad sobre su deudor. A este respecto menciona Bejarano Sánchez “ *la relación jurídica se agota en el poder exigir por una parte del acreedor, y el deber prestar por cuenta del deudor, una relación que faculta al sujeto activo a exigir y alcanzar una prestación a cargo de otro sujeto (deudor) a quien se le imputa el deber de concederla, más en el caso de que éste se resistiera a cumplirlo, podrá ser estrechado ha hacerlo por su acreedor valiéndose de la fuerza pública, y ejerciendo la compulsión judicial para forzar su acatamiento de donde se concluye que la coerción no es sino una consecuencia del incumplimiento y no de la obligación propiamente dicha* “. ³²

³² BEJARANO, Sánchez, Manuel, op cit Pág. 18.

4.1.1 Obligaciones del proveedor en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Siguiendo en el orden de ideas de los elementos que integran la obligación, pero en relación con la Ley Federal de Protección al Consumidor, vemos que en su artículo 6° nos menciona los sujetos que quedan obligados, mencionando “Estarán obligados al cumplimiento de esta ley los proveedores y los consumidores. Las entidades de la administración pública federal, estatal y municipal, están obligadas en cuanto tengan carácter de proveedores o consumidores.”.

Lo anterior se ve robustecido en lo que respecta al proveedor por lo establecido en los artículos 7° y 8° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que respectivamente a la letra dicen:

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

“ Artículo 8°.-Los proveedores están obligados a respetar precios y tarifas acordadas, fijados, establecidos, registrados o autorizados, por la Secretaria o cualquier otra dependencia federal, en los términos de la legislación de la materia” .

En lo que respecta a la relación jurídica ya sea entre acreedor y deudor, acreedores y deudor, acreedores y deudores y viceversa, en su vínculo de derecho se refiere a que es posible constreñir al o los deudores a conseguir una conducta cumplimentadora de la prestación acreedora o derivada de

responsabilidad, contraída por hechos o actos de la ley señale con ese efecto, y que cualquier deudor debe de llevar a cabo, ya que de no cumplimentarse, tanto, en el primer supuesto como en el segundo, debe pagar daños y perjuicios al acreedor, conforme al artículo 2104, del Código Civil, principio admitido por la Ley Federal de Protección al Consumidor, sistemáticamente ajustada con ese Código al efecto.

La Ley, consagra el elemento vinculatorio manifestando en el artículo 1º primer párrafo y segundo “ *La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario.*”

El objeto de esta ley, es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores”. Así como la fracción IV de dicho artículo “... Son principios básicos en las relaciones de consumo: ... IV La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos...”.

Por lo que respecta al objeto como ya habíamos mencionado es la conducta que el deudor debe realizar consiente en dar, hacer o no hacer éstas se encuentran en cada capítulo de la ley.

4.2. Fuente de las obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Dando un concepto de fuentes de las obligaciones el profesor Joaquín Ramírez Alfaro menciona: “ *Por fuente de las obligaciones se entiende el hecho generador de las mismas, o sea el hecho que al realizarse da vida a la obligación*” .³³

³³ MARTÍNEZ, Alfaro, Joaquín. Teoría de las Obligaciones, Editorial Porrúa, México 1989. pág. 13

El Código Civil comprende las siguientes fuentes: 1. Contrato; 2. Declaración unilateral de la voluntad; 3. Enriquecimiento ilegítimo; 4. Gestión de negocios, 5. Actos ilícitos y 6. Riesgo profesional.

En este respecto el maestro Rojina Villegas nos refiere su clasificación de la siguiente manera *“Siguiendo a Bonecase, consideramos que las únicas fuentes de las obligaciones son respectivamente el hecho jurídico y la ley y el acto jurídico y la ley. Comprendemos dentro de la noción general de los hechos jurídicos, como situaciones permanentes que bienen a condicionar un estatuto legal, para producir múltiples consecuencias de derecho, entre los que pueden encontrarse, en ocasiones relativas a la creación de las obligaciones.*

Tiene interés clasificar los distintos hechos y actos jurídicos, pues la distinción de la teoría bipartita señalada por Bonecase, perderá a gran parte de su importancia si no se hace una correcta subdivisión que presente un cuadro general de los distintos hechos y actos jurídicos.

Presentamos al efecto el siguiente cuadro general de clasificación

Actos jurídicos.

1.- Contrato. 2.- Testamento. 3.- Declaración unilateral de la voluntad. 4.- Actos de autoridad (sentencia, secuestro, adjudicación, remate y resoluciones administrativas).

Hechos jurídicos

A).- *Hechos naturales: 1.- Hechos simplemente naturales. 2.- Hechos naturales relacionados con el hombre.*

B).- *Hechos del hombre. 1.- Hechos voluntarios ídem: Gestión de negocios, enriquecimiento sin causa y responsabilidad objetiva. 2.- Hechos voluntarios ídem: Delitos dolosos, delitos culposos, incumplimiento de las obligaciones, culpa contractual en sentido estricto, recepción dolosa de lo indebido, abuso del derecho, posesión de mala fe y adquisición artificial de mala fe. 3.- Hechos involuntarios. 4.- Hechos contra la voluntad.”*³⁴

De la clasificación anterior cabe hacer un señalamiento del significado de Acto y Hecho Jurídico:

A) Hecho jurídico.- Los autores Edgar Baqueiro y Rosalía Buenrostro citando a Julián Bonnecase dan el siguiente concepto “ *hecho jurídico es un acontecimiento jurídico engendrado por la actividad humana puramente material, tomado en consideración por el Derecho para derivar de él, en contra o en provecho de una o varias personas, un estado, es decir, una situación jurídica general y permanente o por el contrario, un efecto jurídico limitado*” .³⁵

De este concepto al igual que de la clasificación anteriormente transcrita, se puede ver la diferencia que se hace del hecho jurídico, en hechos meramente naturales y donde existen la participación del hombre, así mismo de este último se puede clasificar en hechos realizados con la voluntad y sin la voluntad de quien los realiza.

B) Julián Bonnecase nos da un concepto de acto jurídico definiéndolo como: “ *una manifestación exterior de la voluntad, bilateral o unilateral, cuyo*

³⁴ ROJINA, Villegas Rafael. *op cit* Pág. 51

³⁵ BAQUEIRO, Rojas, Edgar y Buenrostro *op cit* pág. 45.

*objeto directo es engendrar, fundado en una regla de Derecho o en una institución jurídica, en contra o a favor de varias personas, un estado, es decir, una situación jurídica permanente y general por el contrario, un efecto jurídico limitado que se reduce a la formación, modificación o extinción de una relación de Derecho“.*³⁶

Esta clasificación que nos presenta el maestro Rojina Villegas es clara para el estudio de las obligaciones en general, pero en lo que respecta al presente trabajo nos guiaremos por la clasificación que presenta el Código Civil, por aplicarse de manera supletoria a la ley de la materia, y con esto darle un sentido más práctico que doctrinal .

4.2.1 Contratos y declaración Unilateral de la voluntad.

El contrato se define como “ *un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones*“³⁷; El Código Civil en su artículo 1792 nos dice “ *Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones*” ahora bien nos dice el artículo 1793 “ *los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos*” . Por lo que el contrato es una especie de convenio.

El contrato como todo convenio es un acto jurídico, una manifestación exterior de la voluntad con la finalidad de crear consecuencias de derecho.

Los contratos pueden clasificarse de la siguiente manera:

1.- Bilaterales .- Son aquellos que generan recíprocamente obligaciones para ambos contratantes. Todos quedan obligados a conceder alguna prestación.

³⁶ Ibidem Pág. 47.

³⁷ ROJINA, Villegas Rafael. op cit tomo IV Pág. 7

Así refiere el artículo 1836 al contrato bilateral “ *El contrato es bilateral cuando las partes se obligan recíprocamente*” .

2.- Unilaterales.- Son aquellos que solamente generan obligación a cargo de una de las partes y la otra no asume compromiso alguno. Nos dice el artículo 1835 del Código Civil “ *El contrato es unilateral cuando una sola de las partes se obliga hacia otra sin que ésta quede obligada*” .

3.- Oneroso.- El artículo 1837 del Código Civil nos dice que :

“ *Es contrato oneroso aquel en que se estipula provechos y gravámenes recíprocos;...*” .

4.- Gratuito.- El artículo 1837 hace referencia a los contrato oneroso mencionando “ *... y gratuito aquel en que el provecho es solamente de una de las partes*” .

5.- Aleatorios.- El contrato es aleatorio cuando las prestaciones que las partes se conceden, o la prestación de una de ellas, dependen, en cuanto a su existencia o monto al azar o de los sucesos imprevisibles, de tal manera que es imposible determinar el resultado económico del acto en el momento de celebrarse.

6.- Conmutativos.- Cuando su resultado normalmente se conoce desde el momento en que el acto se celebra y las partes pueden apreciar de inmediato si habrá de producirles un beneficio o una pérdida.

De los dos tipos de contratos antes mencionados el artículo 1838 del Código Civil nos refiere: “ *El contrato oneroso es conmutativo cuando las prestaciones que se deban las partes son ciertas desde que se celebra el contrato de tal suerte que ellas pueden apreciar inmediatamente el beneficio o la pérdida que les cause éste. Es aleatorio cuando la prestación debida depende de*

un acontecimiento incierto que hace que no sea posible la evaluación de la ganancia o pérdida sino hasta que ese acontecimiento se realice”.

7.- Consensuales.- Son aquellos cuya celebración no exige la ley ninguna forma especial; se perfeccionan con tal que se exteriorice de cualquier manera la voluntad de celebrarlo, es decir el consentimiento de ahí que se les conozca como consensuales.

8.- Reales.- son aquellos que no solo basta la declaración de la voluntad, sino que ésta debe forzosamente acompañarse la entrega de la cosa.

9.- Formales.- Son aquellos que el legislador asigna una forma necesaria para su validez. En ellos, la voluntad debe ser exteriorizada precisamente de la manera exigida por la ley.

10.- Solemnes.- Son aquellos que para existir necesitan de ciertos ritos establecidos por la ley; de manera en que se exterioriza su voluntad es requisito constitutivo del acto, y su falta motiva su inexistencia.

11.- Principales.- Es aquel que surge de una manera independiente y no es apéndice de otro contrato, pues cumple autónomamente su función jurídica-económica.

12.- Accesorios.- Es parte complementaria de otro acto de la cual es un apéndice, no tiene existencia independiente. La extinción del contrato principal acarrea la del accesorio, pero no a la inversa.

13.- Instantáneos.- Éstos se forman y deben cumplirse inmediatamente. Se agotan en un solo acto. Su extinción y creación son una sola cosa.

14.- De tracto sucesivo.- Son aquellos que se cumplen escalonadamente a través del tiempo. La vida del contrato se prolonga porque las prestaciones que genera son entregadas periódicamente dentro de un cierto lapso. Estos contratos están forzosamente sujetos a término.

15.- Nominados.- Estos son los que están constituidos en la leyes. Son contratos reglamentados en el Código Civil u otros ordenamientos legales y sus consecuencias están prefijadas en tales normas generales.

16.- Innominados.- Son aquellos que no están instituidos en la ley, son aquellos que las partes diseñan originalmente para satisfacer sus intereses y necesidades particulares.

Los contratos innominados tienen la misma fuerza legal y se rigen por la normas del contrato nominado con el que tengan mayor semejanza, así como por la reglas generales de los contratos.

En lo que respecta a los contratos en la Ley Federal de Protección al Consumidor hace referencia perfeccionamiento de los mismos así como la revocación del consentimiento en su artículo 56 " *El contrato se perfecciona a los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo ultimo que suceda. Durante ese lapso, el consumidor tendrá al facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna. La revocación deberá hacerse mediante aviso o mediante entrega del bien en forma personal, por correo registrado, o por otro medio fehaciente. La revocación conforme a este artículo deja sin efecto la operación. En este caso, los costos de flete y seguro correrán a cargo del consumidor. Tratándose de servicios, lo anterior no será aplicable si la fecha de prestación del servicio se encuentra a diez días hábiles o menos de la fecha de orden de compra* " .

En el entendido del artículo anterior, respecta a los contratos mencionados en los artículos 51 y 53 de la Ley en comento, referidos como contratos mediatos (porque su perfeccionamiento se realiza dentro de los 5 días mencionados anteriormente); e indirectos (porque excluyen la comunicación directa o personal entre el proveedor y el consumidor), respectivamente.

Este plazo de cinco días se denomina de reflexión, precisamente porque se confiere al consumidor para que pueda valorar la características del bien o del servicio objeto del contrato y su precio en relación con los demás bienes y servicios equivalentes que se ofrezcan en el mercado.

En consecuencia, durante el plazo de reflexión el consumidor puede válidamente revocar el consentimiento sin responsabilidad alguna, con lo cual deja sin efecto legal la operación.

Así mismo el artículo 52 menciona los requisitos mínimos que deberán reunir dichos acuerdos siendo estos:

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

II. Garantías y requisitos señalados por la Ley.

El proveedor está obligado a entregar al consumidor una copia del documento respectivo.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor cabe hacer una mención específica a los contratos de adhesión, ya que este ordenamiento pone especial énfasis a este tipo de contrato, es así que el artículo 85 menciona “ *Para los efectos de esta ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para la adquisición de un producto o*

la prestación de un servicio, aun 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 características deberán ser legibles a simple vista” .

El artículo 63 párrafo segundo de la anterior Ley definió a los contratos de adhesión de la siguiente manera “*Para los efectos de esta Ley se entiende por contratos de adhesión aquellos cuyas cláusulas fueron redactadas unilateralmente por el proveedor y la contraparte no tuvo oportunidad de discutirlos, así como los demás documentos elaborados por los proveedores para su uso en sus transacciones mercantiles y que rijan la prestación del servicio o la operación, aun cuando no contengan todas las cláusulas normales de un contrato*” .

La característica fundamental de los contratos de adhesión, consiste en que una de las partes, que viene a ser el proveedor, formula los antecedentes, las declaraciones y las cláusulas del contrato en el que hay un predominio exclusivo de una sola parte, la cual obra como una voluntad unilateral que dicta la ley a una colectividad indeterminada y espera la adhesión de quienes aceptan someterse al contrato

En lo que respecta al registro de dichos contratos menciona el artículo 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor “*La Secretaría, mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar contratos de adhesión a su registro previo ante la Procuraduría cuando implique o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas posibilidades de incumplimiento.*

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

A diferencia del artículo 63 de la anterior Ley que estableció un control administrativo obligatorio y previo de todos aquellos contratos de adhesión que no requiriesen autorización de alguna dependencia del Ejecutivo Federal; suprimiéndose este control administrativo en la nueva ley solamente sujetando al registro obligatorio a aquellos contratos que determine la hoy desaparecida Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante normas oficiales mexicanas.

Siendo de inscripción obligatoria los siguientes contratos de adhesión:

1) Los contratos para la prestación del servicio de tiempo compartido.

2) Los contratos que celebren las empresas dedicadas a los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, conocidos también como sistemas de autofinanciamiento.

3) Contratos de prestación de servicios funerarios.

Debemos tener en cuenta que en la ley vigente, sustituyó el sistema de control administrativo, previo y obligatorio, por este sistema sujeto a la Norma Oficial Mexicana, pero también por un sistema legislativo de declaración de cláusulas nulas de pleno derecho previsto en la Ley Federal de Protección al Consumidor actual.

El artículo 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente no tiene precedente en la anterior ley, siendo este un avance en el control de cláusulas abusivas, es artículo menciona: "No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

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

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

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

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

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

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

El procedimiento para el registro de los contratos de adhesión cuando existe una Norma Oficial Mexicana, se reduce a la presentación de la solicitud con el modelo del contrato y a la resolución que emita la Procuraduría aprobando o no el modelo del contrato de adhesión. El artículo 87 regula dicho procedimiento de inscripción mencionando *“En caso del que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, esta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta Ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones que los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual tramitarán en los términos antes señalados”*.

Así mismo el artículo 88 de la referida ley contempla la posibilidad de que los proveedores inscriban voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión que no requieran registro obligatorio. Para esta inscripción voluntaria la Procuraduría Federal del Consumidor debe verificar dos condiciones esenciales:

1) Que los modelos no lesionen el interés del consumidores, y 2) Que su texto se apegue a lo dispuesto en la ley en comento. Para esta segunda condición la Procuraduría deberá tomar en cuenta particularmente lo que dispone el artículo 90.

Declaración unilateral de la voluntad

En lo que respecta a la declaración unilateral de la voluntad menciona Gutiérrez y González *“se entiende declaración unilateral de la voluntad a la exteriorización de la voluntad que crea en su autor la necesidad jurídica de conservar en aptitud de cumplir por sí o por otro voluntariamente una prestación de carácter patrimonial, pecuniaria o moral, en favor de un sujeto que eventualmente puede existir, o si existe, aceptar”*.³⁸

Bejarano Sánchez refiriéndose a la opinión de Rojina Villegas menciona *“lo mismo que el contrato, la declaración unilateral de la voluntad es una fuente general de las obligaciones. Basa su afirmación en el siguiente razonamiento. Si las partes son libres para crear los contratos que deseen, conforme al principio de la autonomía de la voluntad. Luego, las personas son libres para crear también las declaraciones unilaterales de la voluntad”*³⁹.

El Código Civil del Estado de Morelos, reconoce expresamente a la declaración unilateral de la voluntad como fuente general de las obligaciones

³⁸ GUTIÉRREZ Y González. Derecho de las Obligaciones, Editorial Porrúa, México 1989 pág. 421.

³⁹ BEJARANO, Sánchez, Manuel, op cit pág. 165

mencionando *“La declaración unilateral de la voluntad se reconoce por este código como fuente autónoma de las obligaciones fuera de los casos expresamente exceptuados en el presente capítulo. En consecuencia toda persona capaz puede obligarse por su simple declaración de voluntad, siempre y cuando se trate de obligación lícita y posible”*.

Este reconocimiento es claro ya que se basa en los elementos básicos de todo acto jurídico, sobre todo en lo que respecta al objeto.

El Código Civil reglamenta las siguientes formas de declaración unilateral de la voluntad: 1) Promesa de recompensa, 2) Oferta pública, 3) Estipulación a favor de tercero y 4) Expedición de documentos civiles a la orden o al portador.

En lo que respecta a la declaración unilateral de la voluntad menciona el artículo 7 de la Ley menciona *“ Todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a los cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona con discapacidad”*.

Propiamente a razón de lo que sería una recompensa como menciona el artículo 1861 del Código Civil para el Distrito Federal *“ El que por anuncios u ofrecimientos hechos al público se comprometa a alguna prestación a favor de quien llene determinada condición o desempeñe cierto servicio, contrae la obligación de cumplir lo prometido “*.

En este sentido el artículo 42 de la Ley en estudio en concordancia con el anterior refiere *“ el proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo a los términos y condiciones ofrecidas o implícitos en la publicidad o información desplegadas, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor”*.

Por esta declaración unilateral de la voluntad, el proveedor asume la obligación de proporcionar los bienes o servicios a todos aquellos consumidores que satisfagan los términos y condiciones señalados en la publicidad o en la información. Como consecuencia de esta declaración, cuando algún consumidor la acepte o satisfaga dichos términos y condiciones, el proveedor tendrá la obligación específica de entregar el bien o de proporcionar el servicio precisamente en los términos y condiciones ofrecidos en forma explícita o implícita en la publicidad o en la información.

En lo que respecta a la oferta pública de venta mencionada en el artículo 1860 del Código Civil para el Distrito Federal que menciona “ *El hecho de ofrecer al público objetos en determinado precio, obliga al dueño a sostener su ofrecimiento* “. .

En lo que respecta a nuestra ley en estudio el artículo 46 nos dice:

“Para los efectos de esta ley, se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:

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

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

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

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

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

4.2.2 Enriquecimiento ilegítimo o pago de lo indebido

El artículo 1882 del Código Civil, nos menciona: *” El que sin causa se enriquece en detrimento de otro, está obligado a indemnizarlo de su empobrecimiento en la medida que el se ha enriquecido”.*

Todo enriquecimiento experimentado debe tener una causa o razón jurídica que lo justifique o explique, pues nadie se empobrece sin motivo en beneficio ajeno; de ahí que cuando ello ocurre, se supone que el perjudicado no ha tenido el propósito de beneficiar a otro en detrimento suyo y no sería a equitativo inflingirle esa pérdida. Por tal razón el derecho impone la obligación de restituir esa pérdida hasta el monto del enriquecimiento.

El enriquecimiento sin causa puede ser clasificado como un hecho voluntario lícito, cuando exista buena fe o como en un hecho voluntario ilícito, cuando exista mala fe, si ha habido mala fe, debe de indemnizarse en la medida del empobrecimiento; si ha habido buena fe debe de indemnizarse en medida del enriquecimiento.

Al respecto el pago de lo indebido es una especie de enriquecimiento sin causa, que se presenta cuando sin existir relación jurídica entre dos personas por error una de ellas entrega una cosa a la otra con el propósito de cumplir la supuesta obligación.

Menciona Rojina Villegas al respecto citando a Planiol que la ausencia de la obligación se puede presentar en tres casos :

“ I.- Porque realmente no existió a una obligación entre el que paga y el que recibe. El primero se denomina solvens, y el segundo, accipiens. Cita Planiol como ejemplo en el caso en que a la mujer, como heredera del marido, cubre una deuda pensando falsamente que era obligación de su esposo, cuando en realidad no existió nunca esa obligación.

II.- Cuando hay una obligación, pero el solvens no es deudor y el accipiens si es acreedor. Por un error de hecho o de derecho alguien puede reputarse deudor sin serlo, como ocurre sobre todo en el caso de la herencia, en que el heredero puede falsamente considerarse deudor y pagar. El acreedor si tiene ese carácter, la relación jurídica existe, pero el que ejecuta el pago no es el deudor.

III.- Cuando existiendo la relación jurídica, el verdadero deudor paga al que no es su acreedor. También un error de hecho o de derecho puede originar este pago⁴⁰.

En las tres hipótesis el acreedor o el que recibió el pago, está obligado a la restitución, ya que en tales supuestos existe un enriquecimiento sin causa; el que recibe el pago obtiene un incremento patrimonial a cambio del que efectúa la entrega, quien experimenta una pérdida de bienes que no tiene causa jurídica.

⁴⁰ ROJINA, Villegas Rafael. *op cit* tomo III Pág. 271

Los autores señalan tres requisitos del pago de lo indebido:

1.- Es necesario un pago es decir la entrega de un cuerpo cierto, dinero u otros bienes fungibles.

2.- Que sea indebido, es decir que no existí a la oblación de darla.

3.- Que haya sido efectuado por error, es decir la entrega se hizo con una creencia errónea,

En lo que respecta a este rubro el artículo 91 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala “*Los pagos hechos en exceso del precio máximo determinado o, en su caso, estipulado, son recuperables por el consumidor. Si el proveedor no devuelve la cantidad cobrada en exceso dentro del término de 5 días hábiles siguientes a la reclamación además de la sanción que corresponda, estará obligado a pagar el máximo de los intereses a que refiere este artículo*”. *La acción para solicitar ésta devolución prescribe en un año a partir de la fecha en que tuvo lugar el pago.*

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

4.2.3 Gestión de negocios, actos ilícito y riesgo profesional

Dentro de los hechos jurídicos que son fuente de las obligaciones la gestión de negocios considerada como un cuasi contrato es definida por Bejarano Sánchez de la siguiente manera “*consiste en la intromisión intencional de una persona que carece de mandato y obligación legal, en los asuntos de otra, con el propósito altruista de evitarle daños o de producirle beneficios*”⁴¹.

⁴¹ BEJARANO, Sánchez, Manuel, op cit Pág. 190.

El gestor de negocios, que actúa gratuitamente, se ocupa de asunto ajenos cuando su dueño está imposibilitado de hacerlo, para obrar conforme a los intereses de este ya sea con el fin de producirle un beneficio o evitarle un daño.

El artículo 1896 dice: *“El que sin mandato y sin estar obligado a ello se encarga de un asunto de otro, debe obrar conforme a los intereses del dueño del negocio”*

La gestión de negocios genera obligaciones tanto a cargo del gestor como del dueño del negocio gestionado. Tales obligaciones, de origen legal, no pueden ser modificadas ni sujetas a modalidad por lo que intervienen, y una vez presente la figura jurídica, se producen al margen de su voluntad.

Esta institución es utilizable en los negocios civiles. Los tribunales la aceptan con el procedimiento correspondiente y garantiza que ordena el Juez, con este reconocimiento es posible concurrir ante la PROFECO, pues ya existe el antecedente de la práctica de recepción de las quejas por persona que demuestre el interés jurídico, con la intención que el titular del derecho, ratifique por escrito mediante comparecencia la queja y la continúe por él. En el procedimiento conciliatorio, con mayor razón debe de admitirse al gestor de negocios reconocido por la jurisdicción común para los diversos procedimientos reglamentados por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Lo anterior se robustece por lo establecido en el artículo 97 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que menciona “Cualquier persona tiene derecho a denunciar ante la Procuraduría las violaciones a las disposiciones de esta Ley. La Procuraduría actuará de oficio o a petición de parte” .

Hechos ilícitos

Desde el punto de vista de las fuentes de las obligaciones, podemos definir el hecho ilícito como “ *la conducta antijurídica culpable y dañosa que impone a su autor la obligación de reparar los daños, esto es la responsabilidad civil. O dicho de otra manera: hecho ilícito es la violación culpable de un deber jurídico que causa daño a otro y que responsabiliza civilmente*”⁴².

El artículo 1839 del Código Civil para el Distrito Federal menciona “ *Es ilícito el hecho que es contrario a las leyes del orden público o a las buenas costumbres*”, de cuya interpretación se desprende que el acto contrario a las leyes de este orden, entendiéndose por tal las disposiciones legales indispensables para la organización y subsistencia del Estado, y por buenas costumbres la conformidad entre los actos del autor y la moral, es contrario a la ley.

El artículo 1910 del mismo Código menciona “ *El que obrando ilícitamente contra las buenas costumbres cause daño a otro, está obligado a repararlo, a menos que se demuestre que el daño se produjo como consecuencia de culpa o negligencia inexcusable de la víctima*”, o sea, que acepta la ilicitud estatuida por el artículo 1830 y ratifica también la ilicitud para los actos contrarios a las buenas costumbres.

En síntesis el acto contra el orden público o contra las buenas costumbres, es ilícito en el Código Civil, pero también lo considera así la Ley Federal de Protección al Consumidor, pues las actividades económicas de proveedores contra sus disposiciones de orden público (artículo 1°), antagónicas a la ética mercantil civil, opuestas a la diligencia adversa a la negligencia, que cause daño, son fuente de derecho subjetivo de los consumidores para exigir la responsabilidad del proveedor por incumplimiento de sus obligaciones.

⁴² Ibidem Pág. 199,200

El acto jurídico, culpable y dañino causa responsabilidad, ya sea contractual o extracontractual u objetiva. En otras palabras, es por el incumplimiento de un contrato por la comisión, u omisión de una acto fuera de contrato o por el riesgo creado en el uso de aparatos sustancias u objetos peligrosos.

Riesgo profesional.

La locución que engloba a las lesiones orgánicas, perturbaciones funcionales o la muerte misma, así como a todo estado patológico, imputable al sistema de producción, es decir que reciben el calificativo de profesionales, cuando se produce como consecuencia o, en ejercicio de trabajo.

El riesgo profesional a que se contraen los artículos 1936 y 1937 del Código Civil, como fuente de las obligaciones surgidas por responsabilidad de los patrones en los riesgos de trabajo no es materia de la Ley Federal de Protección al Consumidor, por la sencilla razón de que ni el patrón ni el trabajador tienen el carácter de proveedor y de consumidor, el vínculo jurídico que obliga es laboral, no mercantil o civil.

4.3 Modalidades de las obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

El estudio de las modalidades de las obligaciones jurídicas es demasiado importante para nuestro trabajo, por ser las conductas entre proveedores y consumidores sujetas a circunstancias, la sustancia regulada especialmente por la ley en estudio.

En este concepto menciona el maestro Rojina Villegas al definir la modalidad “ *La modalidad en las obligaciones es un hecho que puede afectarlas, en cuanto a su existencia, exigibilidad, sujetos u objetos, es decir afecta la existencia misma de la obligación por medio de la condición suspensiva o resolutoria, su exigibilidad a través de un término, o bien hace compleja la naturaleza del vínculo, estableciendo una pluralidad de sujetos en las obligaciones mancomunadas y en las solidarias, o de objetos en las conjuntivas y alternativas. En las obligaciones indivisibles la modalidad recae en la especial naturaleza de la prestación, pues esta no puede cumplirse en forma especial, aun cuando lo quisieran así las partes*”⁴³.

Las modalidades, por consiguiente, alteran a la obligación desde diversos puntos de vista. La forma más radical de afectará a la obligación, es por la que atañe a su existencia misma. Esta modalidad se llama condición. La obligación condicional lleva en sí un elemento que impide su existencia, como acontece en la condición suspensiva.

Otra modalidad de menor importancia es el término que ya no hiere a la existencia misma de la obligación, sino tan solo a su exigibilidad, la obligación se constituye con todos sus elementos esenciales, nace a la vida jurídica y solo se diferencian sus efectos, es decir se aplazan, de tal manera que hay circunstancia que impide su exigibilidad.

También puede existir otra modalidad que no altera ni la existencia, ni la exigibilidad de la obligación, y que solo implica una carga o gravamen, esta modalidad se llama carga o modo en las obligaciones, en este caso la obligación sujeta a una carga, en realidad implica un derecho sujeto a un gravamen.

Las otras modalidades que se han enunciado, no hieren a la obligación ni en su existencia ni en su exigibilidad, simplemente hacen más complejo el

⁴³ ROJINA, Villegas Rafael. *op cit* tomo III Pág. 497

vínculo porque este viene a crear relaciones jurídicas entre diversos sujetos activos pasivos, o con motivo de diversos objetos, y de esa suerte nacen las obligaciones mancomunadas, que pueden ser activas o pasivas, las solidarias, las indivisibles, las conjuntivas, facultativas y alternativas.

Al respecto encontramos mención en el artículo 7 de nuestra ley en comento al mencionar “ *Todo proveedor esta obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a los cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona con discapacidad*” .

4.3.1 Condicionales y a plazos

La condición puede definirse como: “ *un acontecimiento futuro e incierto de cuya realización depende el nacimiento de una obligación o su extinción*”⁴⁴; en tal virtud, existen condiciones suspensivas y resolutorias, la condición es suspensiva cuando de su verificación depende el nacimiento de la obligación, es resolutoria cuando de su cumplimiento deriva la extinción de la misma. El artículo 1939 del Código Civil menciona “ *La condición es suspensiva cuando de su cumplimiento depende la existencia de la obligación*” así mismo el artículo 1940 define a la condición resolutoria de la siguiente manera “ *La condición es resolutoria cuando cumplida resuelve la obligación, volviendo las cosas al estado que tenían, como si esa obligación no hubiera existido.*

Cuando la condición suspensiva no llega a cumplirse, se declara definitivamente que el vínculo jurídico no tuvo vida jurídica. Si la condición es resolutoria la obligación seguirá surtiendo sus efectos como si fuera pura y

⁴⁴ Ibidem Pág. 498

simple, puesto que la condición que pudo haberla extinguido, no tendrá verificativo.

La condición como modalidad de las obligaciones civiles tiene aplicación en la Ley Federal de Protección al Consumidor, es así que se presenta en los artículos 7 mencionado anteriormente, el artículo 42 que dice “*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 contero o consentimiento escrito del consumidor*”, el artículo 43 nos dice “*Salvo cuando medie mandato judicial o disposición jurisdiccional que exija el cumplimiento de algún requisito, ni el proveedor ni sus dependientes podrán negar al consumidor la venta, adquisición, renta o suministro de bienes o servicios que se tengan en existencia. Tampoco podrá condicionarse la venta, adquisición o renta a la adquisición o renta de otro producto prestación de un servicio. Se presume la existencia de productos o servicios cuando estos se anuncien como disponibles...*”, así como en el artículo 46 que nos dice “*Para los efectos de esta ley, se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:*

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

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

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

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

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

Continuando en este orden de ideas nos menciona el artículo 48 que:
“En las promociones y ofertas se observarán las siguientes reglas.

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

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

El plazo

La eficacia de la obligación está sujeta al término o plazo si la iniciación de sus efectos, o extinción, depende de la llegada de un acontecimiento futuro necesario, es decir, si la producción de los efectos del acto, o la resolución de éstos queda sometida al advenimiento de un suceso cierto o futuro. El hecho es necesario o cierto cuando forzosamente habrá de acontecer. Los artículos 1953 al 1956 del Código Civil se refieren al término o plazo al respecto podemos decir que el término es suspensivo y extintivo:

a) El término suspensivo es aquel acontecimiento futuro de realización cierta, que difiere o aplaza los efectos de una obligación o un acto jurídico,

b) El término extintivo es aquel hecho futuro de realización cierta, que extingue los efectos de una obligación o de un acto jurídico.

En el término extintivo no puede haber efectos retroactivos, en virtud de que la obligación existe, produce todas sus consecuencias como si fuera pura y simple, y su objeto es extinguir la obligación en cierto momento, pero sin afectar las consecuencias ya realizadas.

El plazo se puede clasificar en a) expreso, b) tácito, c) legales y d) convencionales. a) Expreso es aquel que se estipula directamente por las partes; b) tácito el que se deriva de la naturaleza de la obligación; c) el término convencional es aquel pactado por las partes y d) el legal, es el impuesto por la ley .

Además de los artículos anteriormente mencionados en el punto inmediato anterior el artículo 13 nos dice *“Las autoridades, proveedores y consumidores, están obligados a proporcionar a la Procuraduría, en un término no mayor a quince días, la información necesaria que le sea requerida para sustanciar los procedimientos a que se refiere esta ley, excepto cuando la información requerida se de estricto uso interno o no tenga relación con el procedimiento de que se trate dicho plazo podrá ser ampliado por una sola vez”* .

Asimismo menciona el artículo 91 de la citada ley *“...Si el proveedor no devuelve la cantidad cobrada en exceso dentro del término de 5 días hábiles siguientes a la reclamación además de la sanción que corresponda, estará obligado a pagar el máximo de los intereses a que refiere este artículo”* .

El artículo 105 de la referida ley nos dice *“ Salvo lo dispuesto en esta ley, los consumidores deberán presentar la reclamación dentro de los seis meses siguientes a cualquiera de los siguientes supuestos, el que ocurra primero:*

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

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

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

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

II.- Tratándose del otorgamiento del uso del goce temporal de bien:

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

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

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

Para tal efecto menciona el artículo 108. A falta de mención expresa, los plazos establecidos en esta ley, se entenderán naturales. En todo caso de que el día en que concluya el plazo sea inhábil se entenderá que concluye al día hábil inmediato siguiente.

El artículo 14 de nuestra ley en comento habla acerca de la prescripción mencionando “El plazo de la prescripción de los derechos y obligaciones establecidos en la presente ley será de un año, salvo otros términos previstos por esta ley.

Este precepto establece un plazo genérico para la prescripción de las de los derecho y obligaciones

4.3.2 Obligaciones Conjuntivas, Alternativas y Facultativas

A) Obligaciones Conjuntivas

Es conjuntiva la obligación en la cual está obligado el deudor a prestar varios hechos o a entregar varias cosas a la vez y no se libera de su compromiso mientras no cumpla todas las conductas requeridas.

Menciona el artículo 1961 del Código Civil para el Distrito Federal “ *El que se ha obligado a diversas cosas o hechos conjuntamente, debe dar todas las primeras y prestar todos los segundos*” .

La obligación conjunta puede comprender al mismo tiempo obligaciones de dar, hacer y de no hacer. Puede darse en caso de que la obligación se refiera a diversas prestaciones de dar únicamente, o en su caso, de hacer o no hacer. También es posible, que el mismo vínculo jurídico comprendan conjuntamente obligaciones de dar, hacer y no hacer y que cada una de estas prestaciones o abstenciones pueda ser única o múltiple.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor la existencia de estas obligaciones relativas al objeto de las obligaciones las tenemos en los artículos 32, 33, 34, 38, 39, 41, 48, 77, 78 y 86 bis, preceptos que por lo prolífico de señalar la existencia de pluralidad de objetos en las obligaciones, solo nos concretaremos a señalar su existencia en la Ley.

B) Obligaciones Alternativas

Estas son obligaciones con varios objetos, lo mismo que las conjuntivas, pero a diferencia de estas, el deudor no tiene que pagarlos todos sino solo uno de ellos.

Rojina Villegas nos dice " *Las obligaciones alternativas aquella cuyo objeto consiste en dos o mas prestaciones debidas en forma tal, que el deudor se libera totalmente cumpliendo una de ellas*".⁴⁵

El principio de elección le corresponde al deudor, a no ser que expresamente se haya estipulado lo contrario, como lo menciona el artículo 1963 del Código civil para el Distrito Federal " *En las obligaciones alternativas la elección corresponde al deudor, si no se ha pactado otra cosa*".

La Ley Federal de Protección al Consumidor, reglamenta las obligaciones alternativas en los siguientes preceptos: 50 que refiere a la elección de exigencias contra el autor incumplido de promociones, para obtener ya sea el cumplimiento forzoso, ya la entrega de otro bien o servicio equivalente, o la rescisión del contrato mas el pago de daños y perjuicios; el artículo 82 faculta al consumidor para pedir la rescisión o la reducción del precio, y en cualquier otro caso la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa u objeto tenga defectos o vicios ocultos, el artículo 92 refiere a la opción para 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, si el bien no corresponde a la calidad, marca o especificaciones bajo las cuales se haya ofrecido y si el bien reparado no queda en estado adecuado para su uso.

C) Obligaciones Facultativas

A diferencia de las conjuntivas y las alternativas, las facultativas no han sido reglamentadas por el legislador, pero su creación es posible por el convenio de las partes.

⁴⁵ ROJINA, Villegas Rafael. op cit tomo III Pág. 517

La obligación facultativa tiene un solo y único objeto, pero por concesión especial de acreedor, el deudor puede entregar otra prestación determinada si así lo desea. Es una facultad que concede el acreedor a su deudor, prevista de antemano en el contrato, de liberarse con una prestación determinada diferente de la que es el objeto de la obligación.

Gutiérrez y González anota al respecto “*Es la forma especial que presenta una obligación con objeto unitario donde el deudor esta obligado o autorizado, para sustituir a su arbitrio el objeto debido, entre varios determinados al momento de crearse la obligación*” .⁴⁶

Como anteriormente mencionamos estas obligaciones no estan reglamentadas específicamente en el Código Civil, ni en la Ley Federal de Protección al Consumidor, y en este caso la ley en comento no les otorga un interés especial.

4.3.3 Obligaciones Divisibles e Indivisibles

El Código Civil define en su artículo 2003 “*Las obligaciones son divisibles cuando tienen por objeto prestaciones susceptibles de cumplirse parcialmente. Son indivisibles si las prestaciones no pudiesen ser cumplidas sino por entero*” .

Se entiende con claridad que la finalidad de las obligaciones tanto divisibles como indivisibles respecto de la prestaciones de dar, hacer o no hacer, en el primer caso podrá cumplirse parte por parte de un todo y en el segundo, solamente tendrá su cumplimiento en una unidad integral en el tiempo, condiciones y forma convenida.

⁴⁶ GUTIERREZ y Gonzalez, *op cit* pagina 821.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, no las reglamenta, pero tampoco rechaza, y aplica en todos sus términos los artículos 1797, 1832, y 2003 del Código Civil, los que a la letra dicen:

Artículo 1797.- La validez y el cumplimiento de los contratos no puede dejarse al arbitrio de una de los contratantes.

Artículo 1832.- En los contratos civiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que para la validez del contrato se requieran formalidades determinadas, fuera de los casos expresamente designados por la ley.

Artículo 2003. - Las obligaciones son divisibles cuando tienen por objeto prestaciones susceptibles de cumplirse parcialmente. Son indivisibles si las prestaciones no pudiesen ser cumplidas sino por entero.

En consecuencia si un proveedor se comprometió a entregar el objeto lo tendrá que entregar íntegro y de inmediato si recibe el precio pactado.

Las obligaciones en estudio no se encuentran fuera de la Ley Federal de Protección al Consumidor, sino que están comprendidas dentro de las mismas, aplicables a proveedores y consumidores.

4.3.4 Obligaciones Mancomunadas y Solidarias

De este concepto menciona Gutiérrez y González " *la mancomunidad se da cuando en una misma obligación hay pluralidad de objetos, acreedores, deudores o ambos, y el objeto a pagar se considera dividido, en tantas partes como deudores o acreedores haya*" .⁴⁷ Lo que se robustece por lo establecido en

⁴⁷ Ibidem Pág. 783

el artículo 1984 que dice " *Cuando hay pluralidad de deudores o de acreedores tratándose de una misma obligación, existe la mancomunidad*".

Al respecto de la solidaridad menciona Rojina Villegas " *En la solidaridad no existe la división respecto al crédito o la deuda, sino por lo contrario la prestación debe ser íntegramente pagada por el único deudor a cualquiera de los acreedores (solidaridad activa), o por alguno de los deudores al único acreedor (solidaridad pasiva). Puede darse el caso de pluralidad de deudores y acreedores con solidaridad, en cuya hipótesis cualquier acreedor puede exigir a cualquier deudor, el pago total de las obligaciones (solidaridad mixta, activa y pasiva a la vez).*" ⁴⁸.

Lo anterior se apoya en el artículo 1987 que dice " *Además de la mancomunidad, habrá solidaridad activa, cuando dos o mas acreedores tienen derecho para exigir, cada uno de por sí, el cumplimiento total de la obligación, y solidaridad pasiva cuando dos o mas deudores reporten la obligación de prestar, cada uno de por sí, en su totalidad la prestación debida*".

La mancomunidad activa o pasiva no la acoge la Ley Federal de Protección al Consumidor en ninguno de sus preceptos, pero si reconoce la solidaridad activa y pasiva, en los artículos 93 y 95, al estatuir que la reclamación de la responsabilidad de sus obligaciones " *podrá presentarse indistintamente al vendedor o al fabricante, a elección del consumidor, dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto...*". según el primero de los preceptos mencionados y que " *Los productos que hayan sido repuestos por los proveedores o distribuidores, deberán serles repuestos a su vez contra su entrega, por la persona de quien los adquiere o por el fabricante, quien deberá en su caso, cubrir el costo de la reparación o el de la devolución salvo que la causa de la devolución sea imputable al proveedor o distribuidor*".

⁴⁸ ROJINA, Villegas Rafael. *op cit* tomo III Pág. 508

A demás de lo anterior solo para hacer una referencia el artículo 5 en su último párrafo de la Ley anterior hacia responsables a las filiales nacionales solidariamente mencionando *“La información sobre bienes y servicios provenientes del extranjero estará sujeto a las disposiciones de esta ley, respecto de la cual existe responsabilidad solidaria entre la empresa matriz sus filiales, subsidiarias, sucursales y agencias”* .

4.3.5 Obligaciones de Dar Hacer o no Hacer

El Código Civil reglamenta las obligaciones de dar, hacer y no hacer, considerándolas dentro del título dedicado a las modalidades de las obligaciones, dicha clasificación podrá mencionarse equivocada ya que las obligaciones tienen por objeto el dar, hacer o no hacer .

En este aspecto la obligación si la obligación es de dar, el cumplimiento consistirá en:

- A) La entrega de la cosa debida, y
- B) En la conservación de esta misma hasta la entrega.

Si la obligación es de hacer, el cumplimiento del deudor consistirá en efectuar la obligación debida. Si es de no hacer, en omitir los actos que constituirán incumplimiento de la obligación y el cuidar de que las personas por quien es responsable no cometan actos de esa naturaleza.

Como ya lo hemos señalado estas obligaciones son la conducta que debe realizarse para el cumplimiento de las misma es decir el objeto por lo que no se entrará al estudio específico en la Ley de comento ya que sería analizar todos y cada uno de los artículos, en el intento de desentrañar su objeto.

4.4. Efecto de las obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor

Los actos jurídicos creadores de obligaciones recíprocas, tienen algunos efectos característicos que se explican por el enlace y la interdependencia de las obligaciones que asumen ambas partes.

La obligación de cada una de las partes se explica y justifica por la obligación de la otra.

Estos efectos son de dos especies, el normal cumplimiento y el anormal el incumplimiento.

4.4.1 Cumplimiento y pago

Efecto es la consecuencia que se sigue por virtud de una causa. En otras palabras, la consecuencia natural del origen o motivo de las cosas, por tanto la obligación, que es conducta de dar, hacer o no hacer tiene una consecuencia natural, normal consistente en su cumplimiento este puede ocurrir, si es realizado voluntariamente por el deudor y recibido voluntariamente por el acreedor, con lo cual existe propiamente un pago, si es efectuado contra la voluntad del acreedor se presenta la consignación en pago y si se lleva a cabo contra la voluntad del deudor, entonces nos encontramos ante la ejecución forzosa.

Se realiza el cumplimiento dando una cosa, prestando un servicio u observando la abstención objeto de una obligación.

Es así que Rojina Villegas nos define el pago como “ un acto jurídico consensual consistente en el cumplimiento de una obligación de dar, hacer o no hacer, que se ejecuta con la intención de extinguir una deuda preexistente”⁴⁹.

⁴⁹ ROJINA, Villegas Rafael. op cit tomo III Pág. 508

Pagar en lenguaje jurídico, no es solamente entregar una suma sino también cumplir con las obligaciones cualquiera que sea su objeto.

La Ley en comento respecto a esto nos indica:

Así que lo que debe pagarse es lo propuesto en la publicidad, promociones, ofertas, servicios en las ventas a domicilio conductas que se encientan reglamentadas en la ley.

El pago debe de realizarse en forma clara, veraz, precisa y suficiente en moneda nacional, con los pagos desglosados en los cargos en los casos que así lo mencionen,

El tiempo para realizar el pago es en la forma o términos estipulados.

El pago debe de hacerse en donde se ofreció por el proveedor a realizarlos.

El pago debe realizarse al consumidor como lo menciona el artículo 7 de la ley en comento.

El pago debe solventarse con la realización de la conducta estipulada por parte de los proveedores mas los daños y perjuicios en caso de su incumplimiento.

4.4.2 Consecuencias del incumplimiento voluntario e involuntario de las obligaciones.

El efecto normal de las obligaciones es su cumplimiento o pago, por lo que, con propiedad se puede decir que, el incumplimientos de las mismas es la

negación de las consecuencias normales para las cuales se acordaron, o la ley que las ordenó; sin embargo el hecho jurídico de no cumplirlas tiene efectos que el Código Civil, se encarga de regular según provengan de causas voluntarias o involuntarias, las primeras pueden ser por mora, por culpa o por dolo, las involuntarias por el caso fortuito y la fuerza mayor.

Consecuencias del incumplimiento voluntario

El incumplimiento imputable de las obligaciones es motivo de responsabilidad patrimonial, mediante la ejecución forzosa, con dos resultados, el cumplimiento directo o el indirecto consiente en el pago de daños y perjuicios, es decir la indemnización. (artículos 2104 a 2118 del Código Civil).

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, se reglamenta tal incumplimiento especialmente del proveedor, según los artículos 37,50, 61, 82, 92 mediante el pago de daños y perjuicios al consumidor además de la sanción administrativa.

Consecuencias del incumplimiento involuntario

En concordancia con el principio de derecho civil que nadie está obligado a lo imposible, como lo reglamenta el Código Civil, con la renuncia del incumplimiento por casos fortuitos o de fuerza mayor como lo establece el artículo 211 *“Nadie está obligado al caso fortuito sino cuando ha dado causa contribuido a él, cuando ha aceptado expresamente esa responsabilidad, o cuando la ley se la impone”*. La Ley Federal de Protección al Consumidor, no contiene reglamentación al respecto por lo que el sistema del Código Civil, se aplica para esas responsabilidades.

CONCLUSIONES

PRIMERA.- La Ley Federal de Protección al Consumidor surge de la necesidad de una relación equitativa entre proveedores y consumidores, esta relación es sumamente antigua ya que nace con el comercio mismo, así como la manera que diversos sectores se organizan para buscar medios mas equitativos en las relaciones que los rigen, siendo esto un interés social y el Estado el encargado de la salvaguarda del mismo, se han encontrado al paso del tiempo diferentes Instituciones dedicadas a la salvaguarde de los derechos de los consumidores, con la idea de crear una cultura correcta del consumo, principalmente en Europa, de las cuales las ideas mas relevantes fueron traídas y modificadas para su aplicación en nuestro país dichas instituciones deben ser coherentes a la situación social de cada momento, ya que solo viendo las necesidades actuales y conservando el espíritu de equidad que se buscó con su creación se podrá realmente estar ante un adecuada protección del consumo.

SEGUNDA.- Establecemos que mediante la producción se pretende satisfacer las necesidades sociales, materiales o intelectuales. La producción para satisfacer las necesidades del consumidor son la base de la estructura social, la Ley Federal de Protección al Consumidor se creó con la finalidad de crear un equilibrio conforme a la equidad ya que la Ley mediante su competencia equilibra la producción, circulación y consumo, base para el crecimiento en un Estado, el equilibrio de los factores de la producción mediante normas que regulen las mismas, su conocimiento por parte de los Consumidores es base de una cultura de consumo, misma que es necesario propiciar siendo el mismo Estado el que debe de propiciar esta cultura .

TERCERA.- Creemos que para la mayoría de la población que tiene un desconocimiento casi total de los conceptos de derecho que integran la mayoría

de las leyes en general, la simplicidad en las mismas reviste un carácter necesario para la defensa de sus derechos por propio derecho; si bien es cierto que la Ley Federal de Protección al Consumidor, tuvo al crearse la idea base de una simplicidad en sus términos y conceptos derivado del sector al que principalmente va dirigido también es cierto que falla en este sentido, ya que en la misma se encuentran elementos que necesitan de un básico conocimiento jurídico, por lo que es necesario dotar de los elementos necesarios a la población para la salvaguarda de sus derechos; en tales circunstancias también es necesario que la misma Ley tenga una concordancia con las situaciones sociales, económicas y jurídicas que enmarcan el entorno por medio de la actualización.

CUARTA.- La Ley Federal de Protección al Consumidores es fuente de derechos entre proveedores y consumidores en la Republica Mexicana, los elementos esenciales de la obligación civil son los mismos que en la obligación entre proveedores y consumidores: sujeto, relación jurídica y objeto. La relación entre la Ley Federal de Protección al Consumidor y el derecho Civil es elemental, el mismo le proporciona su sistema y sistemática, sin los cuales los derechos y obligaciones entre proveedores y consumidores reglamentados por la misma, elevados al orden público e interés social , no tendrían existencia lógica jurídica

QUINTA.- La eficacia en el cumplimiento de las obligaciones en la Ley Federal de Protección al Consumidor es limitada, toda vez que como se desprende de la misma Ley, la conciliación solo es una opción de procedimiento y no existe propiamente un procedimiento coercitivo para el caso de un incumplimiento, ya que el arbitraje en cualquiera de sus dos formas no es obligatorio por lo que deja a salvo los derechos del quejoso en caso de que el proveedor no quiera verse sometido al mismo, por lo que la fuerza sancionadora solo radica en las sanciones que se imponen en caso de la comprobación de una infracción a la Ley que en todo caso esto no beneficia directamente al consumidor; así mismo en todo caso de que se llegue a dictar un laudo el mismo deberá hacerse valer

por la vía de apremio o la vía ejecutiva, dejando el mismo como un documento ejecutivo.

No obstante de lo anterior se ha demostrado que la eficacia real de la Ley Federal de Protección al Consumidor se basa en la institución de la conciliación, esta mediación ha tenido por lo menos en esta materia una gran trascendencia ya que a mayoría de las quejas interpuestas son resueltas mediante esta figura jurídica, eficacia que realmente forma un ejemplo a seguir.

SEXTA.- La Ley Federal de Protección al Consumidor como su propio nombre lo dice reviste una característica proteccionista hacia al consumidor, situación que a simple vista resalta ya que la mayoría de las obligaciones que en ella se encuentran son a cargo del proveedor, pero su incumplimiento no trae aparejado una consecuencia directa en la Ley y el proponer un procedimiento de carácter obligatorio sería en algunas situaciones realizar un duplica de funciones entre órganos del Estado, ya que estaríamos invadiendo la esfera judicial; pero en el entendido de que la única consecuencia que trae consigo el incumplimiento de las obligaciones es la posibilidad del procedimiento contra infracciones a la ley, que en caso de encontrarse dichas infracciones las sanciones pecuniarias son altas, razón por la cual proponemos que durante la secuela del procedimiento por infracciones a la ley, el accionante que es la persona que sin dicha excitativa no hubiera podido iniciarse dicho procedimiento, tenga un papel activo al poder tener a su disposición todas las actuaciones para que las mismas pueda servir de prueba plena para el caso de que concurra ante la autoridad judicial a ejercitar sus derechos.

BIBLIOGRAFÍA

- ARELLANO GARCIA, Carlos. El Juicio de Amparo. Ed Porrúa México 1982
- BENHAM, Frederic. Curso Superior de Economía, Editorial Porrúa, México 1959.
- BAQUEIRO, Rojas Edgar y Buenrostro. Derecho Civil Introducción y Personas
- BEJARANO, Sánchez, Manuel, Obligaciones Civiles, 4ª ed. Editorial Harla México D.F. 1998.
- BODIN, Charles. Principios de Ciencia Económica, México 1946.
- CASTRO V, Juventino. Garantías y Amparo 10ª ed Editorial Porrúa, México 1988
- DOMÍNGUEZ, Varga Sergio, Teoría Económica, Editorial Porrúa México 1977
- GOMEZ Lara Cipriano, Derecho Procesal Civil 9ª Ed Editorial Harla México 2000
- GOMEZ Lara Cipriano, Teoría General del Proceso 9ª Ed Editorial Harla México 2000
- Lois, Caballe, Ana Isabel, Introducción al Derecho del Consumidor, Editorial Generalitat Valenciana, Valencia España 1991.
- OVALLE, Favela, José Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor 2ª ED Editorial McGraw Hill México 1995
- ROJINA, Villegas Rafael, Compendio de Derecho Civil Tomo III, 3ª Editorial Porrúa, México D.F. 1970
- SANCHEZ, Cordero, D Jorge A. La Protección del Consumidor, Editorial Nueva Imagen, México 1981
- SERRA, Rojas Andrés. Derecho Administrativo. Primer Curso, Décima Novena Edición, Editorial Porrúa, México 1998
- SERRA, Rojas Andrés. Derecho Administrativo. Segundo Curso, Décima Novena Edición, Editorial Porrúa, México 1998

LEGISLACION

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, Editorial Porrúa S.A México 2000

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, Editorial Trillas S.A. México 1976

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR , Editorial Pac S.A. México 2000

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONOMICA, Editorial PAC S.A. México 2000

CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL, Editorial Sista S.A. México 2000

CODIGO DE PROCEDIMIENTOS CIVILES PARA EL DISTRITO FEDERAL, Editorial Sista S.A. México 2000

OTRAS FUENTES

BARRERA, Graf, Jorge La Protección del Consumidor Revista Jurídica Universidad Iberoamericana.

Diario Oficial de la Federación México 12 de enero de 1998

Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas tomo A-CH décimo tercera Edición, Editorial Porrúa México.

Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas tomo I-O décimo tercera Edición, Editorial Porrúa México

Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas tomo P-Z décimo tercera Edición, Editorial Porrúa México

Procuraduría Federal del Consumidor, Manual General de Organización, México 1994.