

870109

4 reg.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA
INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA DE DERECHO



CONSIDERACIONES Y MODIFICACIONES A LA LEY
FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS PROFESIONAL QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A

OLGA ZAQUILLE JANETTE JOHNSON SUEDAN

GUADALAJARA, JALISCO. 1984



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

I N D I C E

CAPITULO I	
— Introducción	10
CAPITULO II	
— Antecedentes	13
CAPITULO III	
— Excepciones	18
CAPITULO IV	
— Definiciones	20
CAPITULO V	
— Contratos de Adhesión	23
CAPITULO VI	
— De la Publicidad	26
CAPITULO VII	
— De las Garantías	35
CAPITULO VIII	
— De las Operaciones a Crédito	40
CAPITULO IX	
— Del Incumplimiento	44
CAPITULO X	
— De los Servicios	48
CAPITULO XI	
— De las Ventas a Domicilio	54
CAPITULO XII	
— Sanciones	58
CAPITULO XIII	
— Recursos Administrativos	63
CAPITULO XIV	
— Amparo	73
CAPITULO XV	
— Juicio Fiscal	78

CAPITULO XVI	
— Incidentes	82
CAPITULO XVII	
— Juicio Arbitral	85
CAPITULO XVIII	
— Principales características de la Procuraduría Federal del Consumidor y del Instituto Nacional del Consumidor	87
CAPITULO XIX	
— Trámite en la Procuraduría Federal del Consumidor	91
CAPITULO XX	
— Conclusiones	95
BIBLIOGRAFIA	

LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL AL CONSUMIDOR.

El ejecutivo Federal sometió al congreso de la Unión una iniciativa de Ley de Protección al Consumidor, proponiendo la protección al consumidor através de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor. La Ley Federal de Protección al Consumidor, se encuentra en vigor desde el día 5 de Febrero de 1976. Este ordenamiento pretende evitar el acaparamiento y la especulación con los bienes de consumo popular, así como corregir los vicios y deformaciones del aparato productivo y distributivo nacional; así también protege los intereses de las mayorías al crear las condiciones necesarias para concientizar a los distribuidores sobre sus derechos y deberes. Esta Ley es obligatoria para todos los comerciantes, prestadores de servicios e industriales, en cuanto a los prestadores de servicios pueden ser empresas públicas o privadas lo mismo puede suceder con los comerciantes e industriales.

En la mencionada Ley, tanto los consumidores como los comerciantes son sujetos de derechos y obligaciones que emanan de esta Ley, excluyéndose a los prestadores de servicios profesionales. Además se estipulan en las bases para la publicidad de los productos, la garantía de los mismos y la manera de efectuar las ofertas y promociones.

La Ley se refiere también a las operaciones de crédito; a la información que deben recibir quienes las realicen; a la forma como se calculan los intereses; y a los casos de rescisión de los contratos.

Están así mismo establecidos las responsabilidades en que incurren los proveedores que cometen engaños o que bien no cumplen con lo que prometen.

En la misma ley se hace mención a las ventas a domicilio señalando las características que éstas deben de reunir a fin de ofrecer la protección necesaria al consumidor.

La ley prevé la creación de organismos: La Procuraduría Federal del Consumidor, como organismo encargado de representar los intereses de los consumidores, y el Instituto Nacional del Consumidor, que tiene como misión orientar al consumidor en relación a los hábitos sanos de consumo y a una inteligente utilización de su capacidad de compra.

C A P I T U L O I
I N T R O D U C C I O N .

INTRODUCCION

La Ley Federal de Protección al Consumidor, es una Ley que pretende auxiliar a la comunidad consumidora, a la que todos pertenecemos, evitando los abusos de todo aquel que realiza actos de comercio, ya sea en su carácter de proveedor o de prestador de servicios.

Esta Ley se distingue de otras leyes, ya que tiene amplios y casi ilimitados alcances de tipo social, los cuáles buscan el amparo del consumidor, por lo que su naturaleza jurídica es irrevocable.

A pesar de que la ley en cuestión es altamente beneficiosa para la comunidad consumidora, vemos también que en la práctica y uso de la misma se encuentran algunas limitaciones o lagunas por lo que es necesario agregar algunas cuestiones que no se encuentran planteadas en esta ley, o en determinados artículos hacer las modificaciones necesarias para tratar de hacer más expédita la aplicación de esta ley y consecuentemente dar mayor beneficio a los consumidores del país viendo de esta manera superado o protegido el salario del trabajador, la economía de los particulares y del país.

Por lo anteriormente mencionado pongo a disposición de ustedes los siguientes puntos de vista, que en mi opinión personal podrían hacer que los asuntos que se llevan con el nombre de "Quejas" o "Reclamaciones" en la Procuraduría Federal del Consumidor, tengan una solución más benéfica para la comunidad y a su vez se vea fortalecido el poder adquisitivo de los trabajadores y de las familias en general.

En la presente exposición, daré a conocer algunos puntos de vista acerca de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que bien o son incompletos, confusos, contra el poder adquisitivo del consumidor, o que bien existan lagunas en la ley, y al respecto hay que legislar o hacer las modificaciones respectivas.

Todos tenemos derecho a mejorar nuestras condiciones de vida, entonces como consumidores que somos, hagamos cumplir con sus obligaciones a todo aquel que por su calidad de proveedor o prestador de servicios tiene relación con quie-

nes contratamos, como ya lo hacen consumidores de otros países del mundo los que mencionaremos con posterioridad, con leyes similares a la nuestra, la cual se encuentra en cuestión en la presente tesis, y que han obtenido resultados muy beneficiosos ya sea en su economía personal o como naciones, porque ya bien protege al particular como tal, o ya bien al país haciendo de esta manera que el poder adquisitivo de la moneda en curso se protege evitando o si no por lo menos deteniendo el proceso inflacionario, que es uno de los problemas agudos de cualquier país en la actualidad, por lo que con la aplicación de leyes de este tipo no se detiene el mencionado proceso inflacionario, se detendrá de una manera indirecta dicho problema de tan gran trascendencia al que se enfrentan todos los pueblos del mundo en nuestros tiempos.

Durante el régimen presidencial del Lic. Luis Echeverría Alvarez, se sometió al congreso de la Unión, para que realizara la exposición de motivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor que es una ley que responde a las necesidades apremiantes de nuestros tiempos, además de haber sido creada para hacer más justa la vida colectiva y ampliar las normas tutelares en favor de las mayorías, la iniciativa de esta ley responde también al propósito de avanzar en el proceso democrático, ya que la raíz griega de democracia significa "El gobierno de las mayorías y el acceso de los ciudadanos al poder", además de este aspecto social se ha buscado el aspecto de la democracia social, terminología muy usada en el sexenio correspondiente al presidente mencionado en párrafos anteriores.

Se dice entonces que cuando hay desigualdades reales que conducen a la explotación de unos hombres sobre otros, la libertad se ve coartada, por lo que son sumamente indispensables ciertas condiciones que les permitan ejercer sus derechos concedidos por la ley, para que el país tenga un desarrollo más humano y más justo sobre todo en la actualidad, en el que el mismo se ha visto desfavorecido por aspectos internos. Es por eso que el sub-desarrollo tiene como símbolo la explotación interna y la subordinación al exterior, en lo interno se pretende exterminar toda forma de explotación y que las relaciones entre los mexicanos se rijan por la equidad.

CAPITULO II
ANTECEDENTES.

ANTECEDENTES.

Esta ley está inspirada en la constitución de 1917, ya que los clásicos del derecho estimaban que una constitución debería contener solamente los derechos de los ciudadanos frente al estado y la organización y división de poderes, y las atribuciones de cada uno de ellos. Por lo que esta constitución fué una novedad ya que introducía las garantías individuales. Junto con los derechos de libertad se implantaron los derechos de justicia, derechos que son inseparables. De estos derechos se ha desprendido lo que algunos tratadistas llaman "Derecho Social", que es el que busca regular las relaciones entre los diversos grupos sociales.

La Ley Federal de Protección al Consumidor busca que las relaciones entre productores y consumidores quedan regidas por el principio de autonomía de la voluntad de las partes, quedando sujetas a normas imperativas, interviniendo el estado para vigilar la observancia de la misma ley imponiendo sanciones en caso de violaciones a la misma.

Como ya dijimos, la raíz de esta ley es la constitución de 1917, y es por eso que el artículo 1o. de esta ley establece que sus preceptos son de orden público y de interés social, por lo que los derechos de los consumidores son irrenunciables y no tendrán ningún efecto las disposiciones de otros reglamentos o leyes.

Esta ley se creó por iniciativa del movimiento obrero organizado del país que buscaba el mejoramiento de sus condiciones de vida y el fortalecimiento de su poder de compra.

Es muy importante que el estado intervenga para evitar los abusos al consumidor por o que otros países de mundo ya han creado organismos similares a lo que en nuestro país es el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del Consumidor, así tenemos que en países como Suecia, Inglaterra, Alemania, Francia, Dinamarca, España, Canadá, Estados Unidos de Norte América y Venezuela entre otros países no socialistas. También los encontramos en países socialistas como lo son la Unión Soviética, Hungría, Checoslovaquia, Bulgaria y Yugoslavia.

La asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, el 16 de Mayo de 1973, aprobó la carta de Protección a los consumidores de la comunidad Europea, y entre sus principales puntos está el proteger la seguridad del consumidor contra los artículos que son nocivos o peligrosos y contra los abusos del vendedor, garantizando sus derechos de reparación de daños, garantía de información veraz y eficiente, la representación y la consulta. (1)

En México esta ley recoge la experiencia Internacional, integrándola en un cuerpo más legal, coherente y completo que en otras legislaciones dl mundo. Se complementa con las disposiciones de ordenamiento como el de la Ley de atribuciones del Ejecutivo Federal en Matria Económica, Decreto del 3 de Octubre de 1974 respecto de la fijación de precios, Código Sanitario, Código Penal, Código Civil y el Código de Comercio, agrupándolas en un solo ordenamiento.

Sus disposiciones se aplican a "Comerciantes, Industriales, prestadores de servicio, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y órganos del estado en cuanto desarrollan actividades de producción distribución y comercialización", con lo que el consumidor mexicano queda protegido de los abusos de proveedores y prestadores de servicios.

Durante los primeros meses de 1973, el Congreso del Trabajo presentó ante el presidente de la República, un requerimiento para la elaboración de la Ley Federal de Protección al Consumidor. El sector privado con la presentación de esta solicitud se vio inquietado, ya que se afirmaba que con esta ley, se provocaría gran desaliento a la inversión privada, además de provocar el desempleo.

La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO), afirmaba que no estaba dispuesta a respetarla, y además cabe decir que no la aplicarían en sus términos, pero se dijo que el estado, con su autoridad, haría que estas disposiciones se cumplieran al pie de la letra, porque estas eran en beneficio de todos los Mexicanos.

(1) "United States Government" Organization Manual 1972-1978.

Para la creación de la presente Ley, que es reglamentaria del Art. 27 Constitucional, este artículo en su Párrafo VIII tuvo que ser reformado.

Como ya habíamos mencionado, ésta Ley ha reunido la experiencia Internacional, por lo que vemos que en otros países ha resultado ser beneficiosa y que no afecta a los productores ni a los comerciantes ya que a su vez beneficia al consumidor por este motivo es interesante hacer un análisis breve sobre el funcionamiento de por lo menos un órgano similar en otro país por lo que se considera que estudiando un poco el funcionamiento de este organismo en los Estados Unidos de Norte América, a manera de antecedentes podemos ampliar ciertas funciones que en nuestro país aún no se han llevado a la práctica.

A continuación hablaré de su creación y funcionamiento en los Estados Unidos de Norte América.

En este país fue creado con el nombre de "Office of Consumer Affairs", en el año de 1971, por orden presidencial. (1)

Esta oficina ayuda a los programas Federales en favor de los consumidores, dándoles asesoría y atendiendo a sus intereses, hace también todo tipo de investigaciones en favor de los mismos, vigila los intereses de la comunidad consumidora realizando conferencias, atendiendo a las sugerencias que le son presentadas por el Presidente de la República y en general a todo aquel interesado, toma acciones en cuanto a los problemas individuales de los Consumidores. También da información sobre los productos, coordina la publicidad y distribución de información de interés al consumidor, participa además en los programas de protección al consumidor y organiza programas al fin de educarlo con respecto a sus compras.

Está integrado por un consejo que cuenta con 12 miembros que se encuentran encabezados por un director.

También en este país se cuenta con oficinas similares dependientes de otras secretarías como lo son "National Bu-

(1) Artículo 3o., última fracción. Ley Federal de Protección al Consumidor.

siness Council for Consumer Affairs", la "Consumer Product Information and Coordinating Center", la "National Business Council of Consumers Affairs" (NBCCA), dependiente de la Secretaría de Comercio y asiste los programas industriales para prever los posibles problemas con sus consumidores, estudiándolos y dando asistencia técnica y legal.

El "Consumer and Marketing Service", se estableció en el año de 1965 y es dependiente de la Secretaría de Agricultura, y se dedica a hacer las inspecciones y regulaciones relacionadas con los programas del mercado en cuanto a las plantas, vegetales y animales.

C A P I T U L O I I I
E X C E P C I O N E S .

EXCEPCIONES

Esta ley, como cualquier otra, tiene sus excepciones en cuanto a su aplicación, por lo que tenemos que el artículo 3o. de la ley en cuestión presenta los casos en que no se aplica esta ley, como lo son los casos de la presentación de servicios profesionales, y los servicios prestados en virtud de un contrato o relación de trabajo.

Con relación a excepciones, se ha visto que en muchas ocasiones la comunidad consumidora del país acude a la Procuraduría Federal del Consumidor a prestar sus quejas en contra de compañías aseguradoras o incluso, en contra de instituciones de crédito, por lo que la procuraduría se declara incompetente para conocer este tipo de asuntos, ya que se encuentran regidas por una legislación especial, por lo que estas se encuendran en la ley sobre el contrato de seguro, la Ley General de Instituciones de Seguros y disposiciones conexas y en la Ley General de Instituciones de crédito. Cuando se tramitan controversias, este tipo de empresas, el reclamante debe acudir en contra de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros.

En el caso que también se presenta la excepción (1) es la prestación de servicios profesionales, o los servicios prestados en virtud de un contrato de trabajo, sucede lo mismo que en el caso anterior, puesto que existen leyes que los regulan como lo son la Ley Federal del Trabajo de Provisiones.

Artículo 3o. última fracción. Ley Federal de Protección al Consumidor.

C A P I T U L O I V .
DEFINICIONES.

DEFINICIONES

Para poder llegar a un conocimiento más profundo, y así darle una mejor aplicación a la Ley Federal de Protección al Consumidor, es imprescindible tener un claro y preciso conocimiento de lo que significa la terminología utilizada, incluso la misma ley hace en sus artículos 3o. y 4o., algunas de las definiciones de las palabras que con más frecuencia se utilizan por lo que a continuación se da una lista de las mismas.

CONSUMIDOR.
Art. 3 LFPC.

“Es quien contrata para su utilización, adquisición, uso o disfrute, bienes, o la prestación de un servicio...”
merciantes, industriales, prestadores de

PROVEEDOR.
Art. 3 LFPC.

“Persona física o moral, ya sean comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados, órganos del estado en cuanto desarrollan actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores...”

COMERCIANTE.

Es quien hace uso del comercio como su ocupación habitual, o realiza, aunque sea accidentalmente un acto de comercio y su objeto sea la compraventa o arrendamiento de bienes muebles o la prestación de servicios.

CONTRATO DE ADHESION.
Art. 4 LFPC.

Aquellos cuyas cláusulas han sido aprobadas por alguna autoridad o redactadas unilateralmente por el proveedor, sin que la contraparte, para aceptarlo pueda discutir su contenido.

PROMOCION
Art. 15 LFPC.

Ofrecimiento al público de bienes o servicios con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro objeto o servicio de cualquier naturaleza.

OFERTA.
Art. 15 LFPC.

Ofrecimiento al público de productos o servicios en iguales condiciones a las que prevalecen en el mercado a precios rebajados o inferiores a éste.

Ley Federal de Protección al Consumidor.

C A P I T U L O V
C O N T R A T O S D E A D H E S I O N .

CONTRATOS DE ADHESION.

En un sistema de libertad económica, y de libertad de empresas, el contrato se concibe como una celebración de un acuerdo entre sujetos independientes, que se encuentran en condiciones de prioridad. En este tipo de contratos, la mayor parte del contenido se encuentra fijado con anterioridad y solo aparecen indeterminados aquellos elementos que vienen a individualizar el contrato, que son llamados particulares como son el nombre, domicilio, cantidad, etc. Se llama de adhesión porque el aceptante se adhiere simplemente a lo que ya se estableció.

Se ha hecho muy usual en los últimos años, debido a la producción en masa, y a la fuerza económica del estado y de las grandes empresas frente a los particulares, ésto no implica que estos dejen de ser contratos porque aún siendo especiales, se considera aceptado por ambas partes. En caso de que existan cláusulas en contra de la ley no serán aplicables y se tendrán por no obligatorios.

Estos no pueden ser discutidos, el Art. 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, señala que la Procuraduría Federal del Consumidor será quien se encargue de vigilar que este tipo de contratos no contengan disposiciones que pongan en desproporción a las partes o que contengan disposiciones inequitativas. Estos son por ejemplo los mencionados machotes, reproducidos o formularios, las cláusulas son establecidas unilateralmente por el proveedor o prestador de servicios, y la contraparte no tiene la posibilidad de discutir acerca del contenido de los mismos, como ejemplo de estos contratos tenemos los boletos de avión, camión, ferrocarril, etc.

Cuando este tipo de contratos se han autorizado o aprobado conforme a las disposiciones legales aplicables conforme a otra autoridad, ésta tomará las medidas pertinentes para discutir con el proveedor su cláusula en cuanto a la modificación, a moción de la procuraduría Federal del Consumidor.

Cuando estos contratos no requieren de autorización o aprobación de ninguna dependencia del Ejecutivo Federal, la Procuraduría Federal del Consumidor en representación del interés colectivo de la comunidad consumidora, gestionará en no más de 5 días a partir de la fecha de conocimiento del caso la modificación de su clausulado, para que exista la equidad del mismo.

En el caso de que en el término de 30 días no haya resultado satisfactorio la procuraduría podrá: (1)

- a) Hacer del conocimiento del público, para su advertencia, ya sea por sí o através del Instituto Nacional del Consumidor, respecto del contrato de que se trate su opinión.
- b) Demandar judicialmente la nulidad del clausurado en cuestión.
- c) Elevar a la consideración del Ejecutivo Federal las medidas conducentes para regular el contenido de los contratos mencionados.

Como lo señala el Art. 64 de la Ley en cuestión, todos los contratos de adhesión, como los de machote o formulario, o en serie mediante cualquier otro procedimiento, deberán escribirse íntegramente en español y con caracteres legibles a simple vista para una persona de visión normal.

El consumidor podrá demandar la nulidad del contrato cuyas cláusulas contravengan las disposiciones señaladas con anterioridad o aquellas independientes que vayan en contra de lo anterior.

(1) ARTICULO 63 Ley Federal de Protección al Consumidor.

C A P I T U L O VI
DE LA PUBLICIDAD.

DE LA PUBLICIDAD.

Antes de pasar a ver lo que es la publicidad, debemos saber en términos generales lo que es la misma, por lo que a continuación tenemos que la palabra publicidad viene a hacer una referencia a que, "son los medios empleados para la divulgación de cosas o hechos, que pueden tener un carácter comercial para atraer posibles compradores, usuarios o espectadores". (1)

Esta usa los medios propagandistas con la finalidad de alterar las necesidades y los gustos de los consumidores.

Tenemos que los principales medios publicitarios lo son:

- a) Carteles de propaganda.
- b) Prensa periódica.
- c) Cartas e impresos.
- d) Letreros luminosos.
- e) Proyecciones.
- f) Transmisiones por radio y televisión.
- g) Reuniones propagandistas.
- h) La presentación de los locales donde se establece el negocio.

Los medios publicitarios en general contemplan una serie de características como las siguientes:

- a) Llamar la atención.
- b) Persistencia.
- c) Adaptación al ambiente.

Sabemos que se guan al sujeto al que se dirige la publicidad, ésta puede ser: individual o colectiva.

Por la intensidad de utilización de los medios publicitarios, puede ser: accidental o dominante.

Por su objetivo puede ser: informadora o persuasiva.

Conociendo estas generalidades sobre la publicidad continuaremos a conocer la parte legal de la publicidad.

(1) Enciclopedia Salvat Diccionario. Tomo 10.

(1) Los proveedores tienen la obligación de informar de manera veraz y suficiente al consumidor, por lo que se prohíben en la publicidad, leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componentes o usos, características y propiedades de los productos o servicios. La autoridad competente otorgará su opinión o dictamen sobre el tipo de publicidad que desea realizarse, en caso de que dicha autoridad no lo otorge en un plazo dentro de los 45 días siguientes a la presentación de la misma se entenderá como si estuviera aprobada, la misma autoridad podrá solicitar documentación comprobatoria y la información complementaria por una sola vez dentro de los primeros 15 días. No se tendrá por aprobada la publicidad en caso de que el anunciante hubiera proporcionado datos falsos a la autoridad. En el caso de información que venga del extranjero sobre bienes y servicios se sujetarán a las disposiciones de esta ley.

(2) La Secretaría de Comercio tiene las siguientes facultades respecto de la publicidad.

1.— Obligar a que se informe de manera veraz en los mismos productos o en sus etiquetas, envases o empaques, se indiquen los materiales, elementos o sustancias o ingredientes de los que están hechos o que los constituyan, su peso, propiedades o características y las instrucciones para su uso normal y conservación de producto.

2.— “Fijar las normas y procedimientos a que se someten las garantías de los productos y servicios, salvo el caso de que estén a la vigilancia e inspección de otra dependencia del Ejecutivo Federal”.

3.— Ordenar las modificaciones pertinentes a los sistemas de venta de cualquier tipo de bienes o al arrendamiento de bienes muebles para evitar los engaños o tratos inequitativos del consumidor.

4.— Podrá “determinar qué productos deberán de ostentar el precio de fábrica”.

(1) Artículo 5 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 6 Ley Federal de Protección al Consumidor.

5.— “Fijar los precios de productos de consumo generalizando o de interés público”.

6.— Dictar las medidas, procedimientos y/o resoluciones pertinentes para hacer cumplir las normas de protección y orientación a los consumidores.

Las resoluciones se publicarán en el Diario Oficial de la Federación cuando tengan por objeto obligar solamente a un número limitado de sujetos, bastará sólo la notificación respectiva, por correo certificado y en los términos señalados por el Código Federal de Procedimientos Civiles.

(3) En todos los casos los datos que ostenten los productos deberán de ser comprensibles y legibles y conforme al sistema general de unidades de medida, en caso de productos de exportación, previa autorización de la Secretaría de Industria y Comercio, podrá usarse el idioma y las medidas del país al que se destinen.

(4) La falta de veracidad o instrucciones es causa de responsabilidad por los daños y perjuicios que se ocasionen.

(5) La dependencia competente ordenará se suspenda publicidad que viole lo anterior, y podrá exigir que el anunciante realice una publicidad correctiva.

(6) Queda prohibido también en esta Ley que se incluyan en los envases, etiquetas, envolturas, etc., las leyendas “producto de exportación”, “calidad de exportación” o similares que den a atender que hay varias clases de productos en el mercado interno y otra para el externo. Las leyendas de “Garantía” o “Garantizado” o sus equivalentes podrán emplearse cuando se indique en que consisten y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva, o cuando se trate de productos sujetos a normas de cumplimiento obligatorio u ostente la contraseña oficial correspondiente.

(7) Los términos que establezcan las garantías deberán ser claros y precisos, y deberán indicar su alcance, duración

[3] ARTICULO 7 Ley Federal de Protección al Consumidor.

[4] ARTICULO 8 Ley Federal de Protección al Consumidor.

[5] Artículo 9 LFPC.—[9] Art. 10 LFPC.—[7] Art. 11 LFPC.

y condiciones, además de mencionar los establecimientos donde puedan hacerlas valer. Cuando las garantías no cumplan con estos requisitos la Secretaría de Comercio o la autoridad correspondiente podrán fijar las bases mínimas que deben de contener las pólizas de garantía.

(8) Cuando se venden al público productos deficientes, usados o reconstruidos deben de informarse tales circunstancias al consumidor y hacer constar ésto en los mismos artículos o en sus facturas.

(9) En el caso de productos peligrosos el proveedor deberá de incorporar instructivos, para que su uso se realice con mayor seguridad. Este incumplimiento trae como consecuencia la responsabilidad en caso de daños y perjuicios ocasionados, y quedará sujeto a las sanciones correspondientes.

(10) No podrán condicionarse la venta de productos o la prestación de servicios por la adquisición o contratación de otros”.

(11) Las promociones y ofertas deben de seguir las reglas siguientes:

1.—En los anuncios respectivos se indicarán las condiciones, término y duración o volumen de las mercancías del ofrecimiento.

2.— Todo consumidor que reúna los requisitos tiene derecho durante el término o en tanto exista el volumen de mercancía del ofrecimiento a la adquisición de los productos o a la prestación de servicio objeto de la promoción u oferta.

(12) Las autorizaciones para promociones las otorgará la Secretaría de Industria y Comercio, las de servicios, la otorgará la dependencia a que corresponda su control.

(13) En caso de que el autor de la promoción o de la oferta no cumpla, el consumidor puede optar por el cumplimiento forzoso, aceptar otro bien o servicio equivalente o por

(8) Artículo 12 LFPC.—(9) Art. 13 LFPC.—(10) Art. 11 LFPC.

(11) Artículo 16 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(12) Artículo 17 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(13) Artículo 18 Ley Federal de Protección al Consumidor.

la rescisión del contrato, en su caso el consumidor tendrá derecho al pago de daños y perjuicios los cuales no será inferiores a la diferencia económica entre el valor del bien o servicio objeto de la promoción u oferta y su precio corriente, en su caso se aplicará la sanción que sea procedente.

(14) El proveedor se obliga a entregar el bien o servicio en los términos de la publicidad realizada. En caso de que el proveedor o consumidor incurran a error, tendrán derecho a que en los tres días hábiles siguientes a la celebración del contrato al cambio o bonificación del valor de la cosa por la compra de otra. En este caso queda prohibido que el proveedor bonifique al consumidor un precio menor al originalmente pactado, siempre y cuando el bien no haya sufrido deterioro. Los gastos originados por la devolución o restitución de la cosa, serán por cuenta de aquel al que le sea imputado el error.

Estas reglas son aplicables en el caso de los artículos de consumo inmediato.

Debemos saber que una publicidad dolosa es aquella que desorienta y lleva implícita la posibilidad de que las personas mal interpreten su contenido.

La exageración de la publicidad no es en sí misma ilegal, pero la Ley Federal de Protección al Consumidor, al aplicarse, señala una línea divisoria entre la publicidad exagerada admisible y la que no lo es, ya que la autorización será concedida por la autoridad competente.

En la actualidad, la publicidad de los artículos que los fabricantes, intermediarios, etc., pretenden introducir al mercado, se ha desarrollado como nunca antes, ya que en nuestros tiempos, los modernos sistemas de comunicación se han extendido tanto, y al ser utilizados como medios publicitarios, hacen que los productos ofrecidos al público a través de la radio, televisión, revistas, carteles, folletos etc., sean conocidos por un mayor número de personas de todos los niveles económicos, e incluso en ocasiones nos podemos sor-

(14) Artículo 19 Ley Federal de Protección al Consumidor.

prender al ver que personas que aún no saben leer ni escribir identifican ciertos comerciales de inmediato como lo es el caso del refresco "Coca-Cola", con esto tenemos como consecuencia el incremento del consumo de determinado producto, por lo que es de gran importancia la publicidad a través de los diversos medios de comunicación.

El análisis que en páginas anteriores se realizó por lo que respecta a la publicidad, nos lleva a observar que la Ley Federal de Protección al Consumidor, tiende directamente a enfocarnos sobre algunos puntos importantes al respecto, y a pesar de lo productivo que puede resultar hacer uso de la publicidad por medio de los sistemas de comunicación, al ser utilizados los mismos como medios publicitarios, en múltiples ocasiones la información se ve distorsionada o trata dolosamente de engañar a los consumidores, para que debido a la falta de información sobre el producto desconozcan total o parcialmente sus usos o sus fines, los consumidores los adquieren, sin que les sean útiles, haciendo que su economía se vea disminuída sin ningún provecho, porque con el producto adquirido se percatan de que las características anunciadas no son las mismas que poseé, o que bien sus alcances no son los mismos. Como ejemplos de lo anterior tenemos del detergente "Ariel" que en sus comerciales hace referencia a los "poderes" del detergente, que en infinidad de ocasiones personas de poca educación han creído que son ciertos, y han tratado de repetir lo sucedido en los anuncios sin resultados positivos, creyéndolos ciertos y cayendo en un total engaño. Otro ejemplo lo tenemos en los jabones de baño marca "Camay" y tantos otros que observamos diariamente o los escuchamos, y que por diversas razones se han seguido utilizando incluso por años.

El engaño al que nos referimos en el párrafo anterior podemos decir que es doloso, o bien puede ser resultado de un error en el momento de su realización, ya que por lo general los medios de comunicación cuentan con espacios reducidos para este tipo de publicidad como lo es el caso de periódicos, revistas, folletos, etc., o bien que el tiempo con el que se cuenta en otros medios como radio y televisión, que también es reducido, ya que en estos, por el tiempo en que

se realiza el comercial es como se cobra por el mismo, además el costo por la transmisión del comercial va de acuerdo con el horario en que se programa, y por lo mencionado, puede obtenerse un resultado viciado, por la falta de tiempo o espacio, porque este tipo de publicaciones con fines comerciales contienen sólo una parte o un resumen de las cualidades instrucciones, etc., de los productos y el consumidor al adquirirlos por la insuficiente información los destina a otros objetivos, o los utiliza de manera errónea.

En páginas anteriores, se hizo mención a las facultades de la Secretaría de Comercio respecto de la publicidad y hemos observado que solo está regulada en algunos aspectos por dicha Secretaría, y es por esto que la Secretaría de Comercio puede obligar a que se retire o se rectifique la publicidad, para que el consumidor no se vea timado y que su economía no se disminuya por la adquisición de productos que no resultan serle beneficiosos, ya que si de antemano hubiesen conocido sus alcances y/o características no los habría adquirido.

Hemos observado en páginas anteriores lo que significa "publicidad", y al respecto, la Ley Federal de Protección al Consumidor ha creado un capítulo especial, con el fin de proteger a los consumidores, y a su vez a otros comerciantes que si mencionan las verdaderas características de sus productos, y que en caso de realizar campañas publicitarias las realizan correctamente, protegiendo también a todos los productores o prestados de servicios que por sus limitaciones económicas no hacen grandes campañas publicitarias.

En base a la publicidad, en cuanto a productores, el interés de estos por vender sus productos, da como resultado un juego de oferta— demanda, y por lo que respecta a la libertad de estos para ofrecer sus productos, por más que se trate de proteger en cuanto a las diversas formas de publicidad a los consumidores, resulta ser más conveniente inculcar a los mismos a una educación consistente en concientización a fin de que evite compras de artículos superfluos, y ayudarlo en cuanto a los productos de primera necesidad. La educación a la que nos referimos, en la actualidad se impar-

te a través de diversos medios de comunicación por el Instituto Nacional del Consumidor, aunque los consumidores no responden tal y como se espera, pero de alguna manera se hace conciencia en la ciudadanía a través del mencionado Instituto.

Los comerciantes y prestadores de servicios, en muchas ocasiones utilizan estrategias de mercadotecnia, y eso no se encuentra prohibido, y por la falta de conocimiento de este tipo de estrategias, el público cae, como lo vemos muy frecuentemente en tiendas de autoservicio, porque ellos ofrecen los productos de la canasta básica y otros importantes en la alimentación al final de la tienda, incluso en tiendas como la Conasupo, que supuestamente tienden a la protección del salario de los trabajadores, por lo que al paso de los consumidores en la tienda se encuentran todo tipo de artículos como regalos, revistas, jardinería, etc., por lo que además de los artículos que inicialmente el consumidor pretendía llevar a casa, por lo general lleva otros que ni siquiera ocupa, es decir, por ejemplo si llegó por un kilo de carne sale de la tienda con libros, latería, etc., que no ocupa.

Lo mencionado anteriormente ni en tiendas particulares ni de gobierno se encuentra alguna excepción.

C A P I T U L O V I I
D E L A S . . G A R A N T I A S .

DE LAS GARANTIAS.

Al igual que como se hizo al tratar en el punto anterior se hará primeramente una exposición sobre las generalidades de la garantía para una mejor comprensión de lo que se refiere con esta palabra, para de esta manera darle una mejor aplicación a la ley en cuanto a ésta se refiera, evitando de esta manera todo tipo de confusiones a que pueda conducir este vocablo, por lo que a continuación trataremos las mencionadas generalidades.

Garantía deriva del vocablo *garantie* (1), que significa el efecto y acción de afianzar lo estipulado. Otra de las definiciones nos indica que es la cosa que asegura y protege contra algún riesgo y necesidad. En derecho significa la seguridad dada contra eventualidades, y también aquello que asegura el cumplimiento de un convenio.

Las garantías pueden ser legales, (exigidas por la ley) convencionales (acordadas por las partes), reales (mediante algo sobre lo que se otorgan ciertos derechos) y personales (mediante otra persona que se obliga al cumplimiento de la obligación en defecto del deudor principal).

La palabra *garantizar* se deriva de la palabra de *Garantir* (2), que significa dar garantía.

Ahora bien lo que nos interesa directamente es la cuestión legal de la garantía, cosa que se enclava en la Ley Federal de Protección al Consumidor dentro de su capítulo segundo junto con la publicidad, la cual señala que los términos de las garantías deben ser señalados con precisión y claridad, además de dar a conocer cuales son o serán los establecimientos y la forma en que puedan hacerse efectivos. Así también deberá de indicarse su alcance, duración y condiciones. Y cuando las mencionadas garantías no cumplan con las condiciones mencionadas, podrá ordenarse su modificación o prohibirse su ofrecimiento, para lo anterior la Secretaría de Comercio o la autoridad competente serán las facultades pa-

(1) (2) Diccionario de Derecho Procesal Civil de Eduardo Pallares
Páginas 384 a 388.

ra fijar las bases mínimas que deberán contener las pólizas de garantía.

Al expedirse al público artículos usados, deficientes o reconstruidos, deberá de hacerse del conocimiento de los consumidores tal situación, o bien hacerse constar en los mismos dicha circunstancia, ya que en la mayoría de los casos este tipo de productos carece de garantía.

La garantía de la calidad de la cosa se encuentra dentro de las obligaciones del vendedor, ya que éste tiene la obligación de responder por los defectos ocultos de la cosa vendida que la hagan impropia para el uso para el cuál está destinado, o bien que su uso se haya reducido a tal grado que de haberlo conocido el adquirente no lo hubiera adquirido o hubiera ofrecido menos precio por el mismo.

- a) El vendedor no será responsable por los defectos notorios que se encuentren a la vista.
- b) Que aún no estándolo el comprador sea un perito, que por la razón de su oficio o profesión deba conocer los fácilmente.
- c) Si se demuestra que el vendedor conocía los defectos ocultos de la cosa y no lo manifiesta al comprador, entonces el comprador tiene derecho a:
 - I.— La rescisión del contrato e indemnización por los daños y perjuicios.
 - II.— A que se rebaje la cantidad proporcional del precio a juicio de perito.

Una vez que se ha elegido, no se puede cambiar a otra vía sin el consentimiento del demandado.

Si el vendedor conocía los vicios sólo está obligado a restituir al comprador, el precio y los gastos del contrato, en el caso de que el comprador los hubiera pagado.

Cada parte debe nombrar un perito y un tercero por el juez, y ellos deben calificar los vicios de la cosa.

Los peritos deben determinar y calificar los vicios del objeto. Si fueron anteriores a la enajenación, y si es por causa de ellos, no puede destinarse la cosa para los usos que fue adquirida si son graves, etc.

En este caso el comprador tiene la obligación de demostrar en juicio que el vicio existía al momento de la adquisición, en caso de no ser demostrado, se considerará que vino con posterioridad a la adquisición.

Nota: Las disposiciones legales han sido tomadas de la Ley Federal de Protección al Consumidor artículos del 11 al 19.

Una gran parte de los artículos ofrecidos al público gozan de una garantía, que es otorgada por el fabricante pero en el caso de quienes ofrecen servicio, como por ejemplo de reparación, etc., otorgan también garantías sobre sus trabajos, así tenemos entonces que en la actualidad es muy frecuentemente utilizado el término "garantía", y del cual podemos decir además de las definiciones otra más, "Garantía viene del vocablo Garantíe: acción de afianzar lo estipulado" (1).

Si no fuera por las garantías que se ofrecen a los que compran o hacen uso de artículos o servicios, muchos de ellos adquirirían de manera incosteable los mismos, ya que por varios motivos pueden ser defectuosos, en la fabricación, en el transporte, por la utilización de piezas usadas o en mal estado, etc.

Las garantías tienen diversos plazos para su efectividad, e incluso algunos artículos no gozan de este tipo de protección, pero tenemos por ejemplo que en los automóviles existen garantías hasta por dos años o 40,000 Kms. en algunos casos, en otros autos esta puede ser menor, en otros dicha garantía está subordinada a diversos aspectos.

La mayor parte de los artículos electrodomésticos, gozan hasta por un año de garantía, otros de un mes, etc. Tenemos entre otras leyes la de Protección al Consumidor que da ciertos reglamentos en cuanto a este punto, entre otras leyes que también lo hacen se encuentra el Código Civil, aunque aplicándolo de diverso modo y sobre casos no sobre cosas, por ejemplo la garantía de Previa Audiencia, garantía de la cosa juzgada, e incluso la Constitución hace men-

ción a las garantías, ya que su primera parte se encuentra formada o integrada por las Garantías Individuales.

Con lo anterior vemos que no sólo los artículos pueden ser garantizados.

Para la Ley Federal de Protección al Consumidor, es importante la correcta legislación de las garantías, así como su cumplimiento, siendo de importancia para aquel que compra o utiliza ciertos servicios tener la seguridad de que sus adquisiciones o los trabajos que le han realizado a manera de servicio son efectivos.

En los talleres automotrices, es muy usual de que no se realicen de manera adecuada los trabajos, y con la protección de la ley en cuestión podemos presentarnos ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor a presentar nuestra reclamación o queja, porque también se puede dar el caso de que en dicha reparación se hayan utilizado refacciones usadas, lo mismo puede ocurrir en otro tipo de reparaciones, que es lo que la ley en cuestión tiene de evitar.

C A P I T U L O V I I I
D E L A S O P E R A C I O N E S
A
C R E D I T O .

DE LAS OPERACIONES A CREDITO.

Tenemos que en este punto, sobre las operaciones a crédito, que es en dónde más abusos se cometen en contra de la comunidad consumidora del país, ya que por lo general nos encontramos a individuos con pocas posibilidades económicas y que adquieren artículos de altos costos a crédito, y que por las grandes facilidades que ofrecen los proveedores, realizan operaciones de este tipo y que con posterioridad no pueden cubrirlas.

En ocasiones los proveedores prestadores de servicios, ofrecen sus artículos al público, anunciando de manera fehaciente las condiciones para el otorgamiento de los créditos, pero también y lo que es más usual, es que los proveedores o prestadores de servicios, engañen al consumidor, con respecto al crédito, o se dá el caso también de que los consumidores por su falta de conocimiento al respecto no se dan cuenta de las responsabilidades contraídas al momento de que solicitan el crédito, y una vez ya otorgado se percatan de la imposibilidad de cubrir los saldos por lo que se van retrasando en sus pagos lo que ocasiona la generación de intereses y recargos por diversos conceptos, además de los gastos de cobranza.

La Ley Federal de Protección al consumidor en su artículo 20, nos menciona la obligación que tiene el comerciante de aclarar de antemano las condiciones del crédito además de informarle al cliente cual es el precio de contado que el artículo tiene, los intereses y las tazas de los mismos, además de informar el cargo que habrá en determinadas situaciones, si es que las hay, además los proveedores y comerciantes están obligados a informar sobre el número de pagos que deberán hacerse, y la periodicidad de los mismos, la cantidad correspondiente a pagar de los mismos y los derechos obtenidos en el caso de pago por anticipado, así mismo los casos en que se dá la reducción de intereses.

El artículo 21 de la ley en cuestión indica que en las operaciones a crédito, los intereses deberán de ser calculados en base al precio de contado menos el enganche que se hubiese pagado.

Las tasas mínimas y máximas de interés son fijadas por la Secretaría de Industria y Comercio, con relación de los actos y los contratos en que se conceda un crédito, siendo indispensable la opinión de una comisión consultiva que se integra por un representante del Baco de México, un representante del Instituto Nacional del Consumidor, uno de la la Confederación de Cámaras Nacionales de comercio (CONCANACO) y uno de la Comisión de Cámaras industriales de los Estados Unidos Mexicanos.

Las relaciones y modificaciones a que se lleguen deben de ser publicadas en el Diario Oficial de la Federación y en el Periódico de mayor circulación en cada una de las entidades Federativas. El Interés sobre interés se encuentra prohibido.

Ahora que ya hemos conocido las disposiciones enclavadas dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor, hablaremos de una manera generalizadora sobre el crédito en sí y sus diversos conceptos.

La palabra Crédito proviene del latín Creditum que significa el tener confianza o fé en algo.

Contamos con muy diversos conceptos, pero haremos solamente mención de algunos de ellos, por lo que a continuación se mencionan los siguientes:

- (1) STUART MILL.— “Es el permiso de utilizar el capital de otras personas en provecho propio”.
- (1) CHARLES GUIDE.— “Es el cambio de una riqueza presente por otra futura”.
- (1) KLEIN WACHTER.— “Es la confianza en la capacidad de prestación de un tercero, o la voluntad y solvencia de un individuo, por lo que se refiere al cumplimiento de una obligación contraída”.
- (1) MIGUEL ACOSTA ROMERO.— “El crédito es la transferencia de bienes que se hace en un momento dado por una persona a otra para ser devuelto en un futuro, en un plazo señalado y generalmente con el pago de una cantidad por el uso de los mismos”.

El crédito puede consistir en especie, o bien a su vez podrá consistir en la disponibilidad de dinero.

Otra acepción del crédito para el derecho es la siguiente .

(2) CREDITO: Es el derecho que tiene una persona (acredora) de recibir de otra (deudora), la prestación a que ésta se encuentra obligada.

En la actualidad, el crédito es muy importante en la actividad comercial, ya que por lo general los grandes negocios y también los pequeños se realizan a travez del crédito ofrece grandes ventajas, tanto para los compradores como para los vendedores, por eso es importante que las diversas leyes se ocupen de él y es por eso por lo que la Ley de Protección al consumidor ha incluido algunos artículos que lo regulan en ciertas circunstancias, habiendo otras que lo tratan con mayor profundidad.

(1) Miguel Acosta Romero, Derecho Bancario. Pág. 352.

(2) Rafael de Pina, Diccionario de Derecho. Pág. 162.

CAPITULO IX.
DEL INCUMPLIMIENTO

DEL INCUMPLIMIENTO (RESPONSABILIDADES)

En ocasiones el consumidor hace pagos en exceso, pero se estipula que dichos pagos podrán ser recuperables por el mismo, y además podrán causar los intereses moratorios, en caso de no haberse fijado ese porcentaje, el artículo 23 de la ley en cuestión señala que podrá fijarse el 25%, y que no podrán cobrarse intereses sobre intereses.

La acción para solicitar estos pagos, prescribe en un año a partir de la fecha en que tuvo lugar el efectuado.

En caso de que el proveedor no devuelva en 5 días hábiles siguientes a la reclamación la cantidad cobrada en exceso, ameritará la sanción administrativa correspondiente. (1)

En el caso de que la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que a hagan impropia para el uso para el cual están destinadas o que disminuyan de tal grado su calidad o la posibilidad de su uso, que de haberlos conocido el consumidor no la habría adquirido o habría pagado menos por ella. En este caso el consumidor puede optar por la reducción del precio o por la rescisión del contrato. (2)

Las acciones que se derivan de este caso prescriben a los 6 meses, desde la entrega del bien salvo que alguna otra ley disponga de un plazo mayor. (2)

Los consumidores en los casos que a continuación se mencionan tienen derecho a la reposición del producto, bonificación o devolución de las cantidades pagadas en exceso.

I.— Cuando se sobrepasen los límites de tolerancia permitidos respecto del contenido neto de un producto, ya sea en relación al peso neto, que la cantidad sea mayor. (1)

II.— Cuando los instrumentos de mediación sean utilizados en perjuicio del consumidor.

(1) Artículo 30 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 31 Ley Federal de Protección al Consumidor.

Estas reclamaciones deberán presentarse al proveedor en los 10 días siguientes hábiles a la de haber recibido el producto. (1)

El proveedor incurrirá en mora si no satisface la reclamación dentro de un plazo que no exceda de 15 días.

Los consumidores tienen además el derecho de la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien, y cuando ésto no sea posible su reposición, en caso de no ser posible una u otra la devolución de las cantidades pagadas en los siguientes casos: (2)

- 1.— Cuando los productos sujetos a las normas de calidad de cumplimiento obligatorio no cumplan con ellas.
- 2.— Cuando los materiales substancias, elementos o ingredientes que lo constituyan o integran a los productos no correspondan a las especificaciones que ostentan.
- 3.— Cuando la ley de metales u orfebrería sea menor a la que en ellos se indica.
- 4.— Cuando el producto sea adquirido con determinada garantía, y dentro de su lapso se presente una deficiencia siempre que sea utilizadas en condiciones normales.
- 5.— Cuando el producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso no sea apto para el uso para el cual está destinado y:
- 6.— Cuando el proveedor y consumidor hubiesen convenido, en que los objetos de la operación reúnan ciertos requisitos y no se cumplan.

Este capítulo contiene disposiciones tendientes a establecer las responsabilidades derivadas del incumplimiento, y sus normas son semejantes a las disposiciones que a éste respecto se establecen en el Código Civil.

(1) Artículo 32 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 32 Ley Federal de Protección al Consumidor.

Una de las inovaciones, es que el Artículo 34 establece la garantía mínima de dos meses para todo producto.

La ley faculta a la Secretaría de Comercio, para que determine el plazo y las bases para el cumplimiento de estas obligaciones y cuando lo estime conveniente hacer exigible el otorgamiento de una garantía.

Esta ley señala que el consumidor tiene el derecho de que se le extienda su factura o el comprobante de venta o la prestación de algún servicio, en éstos deberán contenerse todos los datos que individualicen la operación que se realizó además de contener en su totalidad las disposiciones fiscales. (Artículo 38)

CAPITULO X.
DE LOS SERVICIOS.

DE LOS SERVICIOS.

DEFINICION: Servicio es el provecho o utilidad de lo que a uno le resulta por lo que otro hace en su favor, que puede ser toda actividad pública ya sea ocasional, periódica o permanente.

Para la ley que estamos estudiando, observamos que se refiere directamente los que se prestan en talleres de reparación en general como los de aparatos electrodomésticos automotrices, de limpieza entre otros.

Por lo general estos servicios se prestan en talleres pequeños, y la relación existente entre el prestador de servicios y quien lo recibe es muy personal.

Se señala en la ley (1) que las refacciones a usar deberán ser nuevas y apropiadas para el uso del producto de que se trata, a salvo de que el solicitante del servicio solicite o autorice de manera expresa que se utilicen otras.

Solamente se hará el empleo de aquellas que se mencionan en la nota o comprobante de tal servicio. En caso de que se apliquen partes o refacciones distintas a las mencionadas, ameritará sanción, y restituirá sin cargo adicional las partes o refacciones de que se trate, su acción prescribe en un año a partir de la fecha en que se efectuó. Esto último de acuerdo al Artículo 30 ya que el Artículo 39 nos remite a él.

(2) En caso de que dentro de los 30 días siguientes a los que se recogió el objeto materia del servicio, se presentan deficiencias derivadas de la prestación del servicio y que sean imputables a quien lo realizó éste estará obligado a repararlo de nuevo y sin costo adicional alguno en el plazo dentro de 30 días, si se otorga garantía por mayor tiempo, se estará en este término para reclamar la reparación correspondiente. En este caso el prestador, deberá cubrir al solicitante una cantidad igual al importe que se hubiere tenido que erogar por el alquiler del producto durante el tiempo

(1) Artículo 39 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 40 Ley Federal de Protección al Consumidor.

que dure la nueva reparación más daños y perjuicios que se ocasionen, se aplica también lo dispuesto por el Artículo 30.

Quienes presten servicios de reparación o limpieza, acondicionamiento u otro similar, indemnización al consumidor si por la deficiencia de su servicio el bien se pierde o sufre desperfectos que hagan total o parcialmente inapropiado para el uso para el cual está destinado. Es aplicable en lo conducente también el Artículo 30. El derecho de indemnización no podrá ser limitado por algún pacto entre las partes. (artículo 41 LFPC +)

En cualquier establecimiento de prestación de servicios deberá fijarse la tarifa de los principales servicios que se presten a la vista del público de manera ilegible, la demás tarifas deberán estar a disposición del público.

Se prohíbe la práctica de dos precios para un solo producto. (Artículo 42 LFPC +)

Los prestadores no podrán hacer diferencias o discriminaciones frente al público, ya sea como la selección de clientela, reserva de derecho de admisión o prácticas similares, salvo causas justificadas. (Artículo 44 LFPC. +)

Los prestadores de servicios tendrán la obligación de expedir facturas o comprobantes respecto de los trabajadores realizados, en los que se especifiquen las partes, refacciones y materiales empleados, el precio de los mismos y la mano de obra, la garantía otorgada. Las facturas y comprobantes, deberán contener los requisitos fiscales aplicables.

Los servicios son una parte importante en la vida humana, sobre todo en los últimos tiempos, pero esto no quiera decir que a travez de los tiempos no hayan existido, ya que estaríamos afirmando una cosa errónea.

A travez de los tiempos, la humanidad, de acuerdo a sus posibilidades y aptitudes ha desarrollado ciertas actividades en favor de sus semejantes, por ejemplo, uno realizaban trabajos de orfebrería otros salían de cacería y así las pequeñas comunidades se abastecían de alimentos y otros artículos indispensables en su desarrollo, así como armas, ropas, etc.

+ Ley Federal de Protección al Consumidor.

Con el paso del tiempo, las actividades de los individuos se fueron desarrollando, y se crearon entonces grandes centros de comercio. Las actividades al irse desarrollando también América crearon también centros como el de Tenochtitlán, Chichén — Itzá, etc. En Europa algunos de esos grandes centros fueron Venecia que comerciaba con viajes marítimos llevando mercancías a otros lugares, España, Inglaterra, etc.

Actualmente las actividades que se desarrollan son muy diversas, ya que como no todos saben o conocen del de todo, o no tienen ciertas aptitudes para ello, unos se dedican a las actividades profesionales, otros a las técnicas, y así como cada uno de nosotros realiza diversas actividades, hemos llegado incluso a salir del planeta y conocer otros aspectos científicos que de no ser porque cada individuo desarrolla distintas actividades y tiene diversas aspiraciones nunca se hubiesen conocido.

Necesitamos de todos para poder existir, es necesario que cuando recibimos un servicio, retribuyamos a quien nos lo prestó, y así también es necesario que se nos retribuya por el servicio prestado a otros.

En la actualidad como en el pasado, necesitamos unos de otros, y es por ello que solicitamos un servicio a quien sabe desarrollar cierta actividad que nos interesa, y que nosotros por nuestra ignorancia o imposibilidad no lo podemos realizar, y es por ello que la ley en cuestión regula la prestación de servicios, ya que si estamos pagando por su realización un precio, será injusto que este no se desarrollara adecuadamente, y la Ley Federal de Protección lo regula en su Capítulo V, dándonos ciertas normas a seguir en cuanto a los servicios así como los derechos que tenemos a exigir la correcta realización de los mismos, como además se mencionan las indemnizaciones que tenemos a manera de derecho en caso de que nos realicen un trabajo mal hecho o deficiente, si el bien se pierde se hace deficiente, o sufre deterioro que lo hace impropio para su uso, entre otros.

En el presente capítulo se está tratando un punto muy importante respecto de las relaciones existentes entre el que solicita el servicio y quien lo da, ya que debido a la fal-

ta de atención en el momento de realizar los trabajos encomendados, estos pueden realizarse con descuido, y traer como consecuencia la ineficacia de los mismos, lo mismo puede surgir al adquirir un artículo con un defecto que comunmente se conoce como "defecto de fábrica" y en ambos casos no obtenemos lo que deseábamos o necesitábamos, por el precio pagado, viéndose de esta manera disminuido nuestro capital sin ningún beneficio para nosotros.

No siempre nos damos cuenta de las imperfecciones del trabajo o del bien adquirido, sino hasta en tiempo después que es cuando se le está dando el uso debido, y es por ello que acudimos con la persona correspondiente a informarle de lo sucedido, y esta inventa una serie de motivos a fin de ocultar sus errores, su culpabilidad y/o su responsabilidad sobre el asunto, por esto es que la ley cuestionada menciona casos y términos para exigir la responsabilidad sobre el asunto y su cumplimiento.

Como con anterioridad ya lo habíamos mencionado, el consumidor puede elegir, entre la reducción del precio o la rescisión del contrato, además de la indemnización correspondiente por los daños y perjuicios ocasionados, cuando la cosa posea defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para su uso habitual, o que de cierta manera se vea disminuido, las acciones que nacen al respecto, se extinguen de acuerdo con el artículo 31 de la Ley Federal de Protección al consumidor a los 6 meses contados a partir de la entrega del bien salvo disposición en contrario que señale un plazo mayor.

Las reclamaciones deben de realizarse dentro de los siguientes diez días hábiles a la fecha en que se haya recibido el artículo deficiente, como lo señala el artículo 32 de la ley en cuestión, el cual también señala que el proveedor incurre en mora si no ha satisfecho la reclamación en un plazo de 15 días máximo.

Entre otras cosas que debe cumplir el proveedor o prestador de servicios a manera de responsabilidad, encontramos la reparación gratuita del bien cuando esto sea posible y en caso de no serlo, su reposición.

Las disposiciones contenidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor son de gran interés, ya que a travez

de ellas, y si no es posible totalmente, por lo menos si en parte se puede proteger a los consumidores en general, y a cada uno de nosotros en particular, ya que diariamente nos vemos convertidos en consumidores, por lo que parcialmente a través de esta Ley tenemos algunas armas con que defendernos de los abusos por falta de calidad, durabilidad, mala fabricación, etc., a los que nos enfrentamos diariamente.

En algunas ocasiones podemos estar del lado del fabricante o proveedor, por las actividades que desarrollamos por esto es también importante conocer las disposiciones de la ley a la que nos hemos estado refiriendo, para tenerlas en cuenta al momento de la fabricación o distribución de nuestros artículos procurando que sean de la más alta calidad, además que los mismos sean fabricados cuidadosamente, para posteriormente evitar que los productos no sean devueltos por los consumidores a causa de lo mencionado con anterioridad, ya que poniendo atención a la fabricación, distribución, etc., podemos hacer que nuestros productos lleguen al público en las mejores condiciones.

La responsabilidad no solamente recae en lo que en párrafos anteriores se ha mencionado, porque a su vez existen otras responsabilidades como expedir las notas, facturas o comprobantes, en los que se especifiquen los artículos comprados o los servicios prestados, en las que deberán reunirse los requisitos fiscales, como el número de registro de causantes, número de nota, etc., ya que el tener en nuestro poder una nota o factura, en el momento de realizar la prestación de nuestra queja, ante la Procuraduría Federal del Consumidor, hace que esta tenga más poder, porque con ella comprobaremos además la fecha de nuestra adquisición, el precio pagado, impuesto, e incluso en alguna se especifica la garantía y el tiempo para hacerla efectiva, en otras ocasiones la garantía viene por separado. Entonces conociendo las responsabilidades, cuando nos veamos dentro de una circunstancia similar a las anteriores, podremos conocer cuales son los derechos y responsabilidades, bien estando del lado de los proveedores o de los prestadores de servicio o del lado de los consumidores.

CAPITULO XI.
DE LAS VENTAS A DOMICILIO.

DE LAS VENTAS A DOMICILIO.

Las ventas a domicilio para efectos de la Ley Federal de Protección al Consumidor deberá de entenderse como aquella en la que se propone a una persona física, en el lugar donde ésta habita, ya sea de manera permanente o transitoria, o bien en el lugar en donde trabaja una operación de venta." (1)

Estas ventas son realizadas fuera del establecimiento comercial, y travez del capítulo que se refiere a las ventas a domicilio (Capítulo 6o. Ley Federal de Protección al Consumidor), trata de ser protegida la señora ama de casa, de vendedores tan hábiles en el manejo de este tipo de actividades comerciales, que pueden inducir a error, o haciendo que las amas de casa firmen contratos que perjudican a la economía familiar por las cláusulas que contienen, a estos contratos podemos llamarlos hasta cierto punto "Leoninos", a su vez estos vendedores influyen en un alto porcentaje en inclinar a sus compradoras a la adquisición de artículos superflúos que solamente vienen a disminuir el gasto y no son necesarios para el hogar.

A su vez el capítulo referente a las ventas a domicilio rige para los casos de arrendamiento de bienes muebles o para los casos de prestación de servicios, cuando éstos se llevan acabo através de las condiciones que se han señalado con anterioridad, en el caso de la compra de bienes de tipo perecedero que hayan sido recibidos por el consumidor y hayan sido pagados de contado, tenemos que la ley no es aplicable en estos casos.

Para los casos en que se lleven a cabo contratos de este tipo los escritos de las ventas a domicilio deberán contener: (2)

- 1) Nombre y dirección del proveedor y del empleado vendedor.
- 2) Registro Federal de Causantes del proveedor y su empleado vendedor.

(1) Artículo 46 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 47 Ley Federal de Protección al Consumidor

- 3) Nombre y dirección del Consumidor.
- 4) Designación precisa de la naturaleza y características de los bienes o servicios contratados.
- 5) Condiciones de ejecución del trabajo.
- 6) Precio monto de los intereses a pagar, monto y detalles de los pagos de cualquier cargo si lo hubiere, número de pagos a realizar, su periodicidad, cantidad total a pagar por dicho bien o servicio y el derecho que tiene a liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de los intereses. Todos estos datos mencionados deberán estar con la máxima claridad posible.
- 7) La facultad del cliente (consumidor) para revocar el consentimiento.

anteriores.

El Consumidor deberá de conservar una copia del contrato que contenga toda y cada una de las especificaciones

En los casos en que se realicen operaciones de compra venta a domicilio tenemos que éstos se perfeccionan a los cinco días hábiles (1) que se cuentan a partir de la firma del mismo, durante el lapso de este tiempo el consumidor, tiene la facultad de la revocación de su consentimiento sin ninguna responsabilidad, esta revocación deberá de hacerse ya sea mediante aviso o bien entregando al agente en su caso o remitirlo por correo certificado con acuse de recibo, o ya sea por cualquier otro medio fehaciente. Al hacer de cualquiera de las anteriores manifestaciones a fin de revocar la operación, la misma quedará sin efecto. (2)

Los vendedores que se dedican a hacer las ventas a domicilio a través de agentes vendedores deberán de acreditar la representación de los mismos con credenciales que serán expdidas al efecto.

Vemos que ésto puede resultar contrario al principio civilista que dice que el contrato se perfecciona con la voluntad de las partes.

(1) Artículo 47 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 49 Ley Federal de Protección al Consumidor

Art. 2169 Código Civil para el estado de Jalisco.
“Por regla general, la venta es perfecta y obligatoria para las partes cuando se han convenido en forma sobre la cosa y su precio, aunque la primera no haya sido entregada, ni el segundo satisfecho”.

Art. 2249 Código Civil para el Distrito Federal:
“Por regla general, la venta es perfecta y obligatoria para las partes cuando han convenido sobre la cosa y su precio aunque la primera no haya sido entregada, ni el segundo satisfecho”.

Por lo que vemos que ambos Artículos son idénticos, y ambos nos vienen a establecer cual es el momento en que se perfecciona la compra venta del artículo.

Para este capítulo debemos comprender perfectamente lo que es una compra venta por lo que tenemos que el Art. 2248 del Código Civil nos dice que “Habrá compra venta cuando uno de los contratantes se obliga a transferir la propiedad de una cosa o de un derecho y otro a su vez se obliga a pagar por ellos un precio cierto y en dinero”.

Este artículo a su vez se encuentra inscrito bajo los mismos términos en el artículo 2168 del Código Civil para el Estado de Jalisco.

CAPITULO XII.
SANCIONES.

SANCIONES.

El capítulo correspondiente a las sanciones dentro de la Ley Federal de protección al Consumidor, es el capítulo décimo segundo, y en este capítulo se establecen cual es la manera de determinar las sanciones y como se sancionarán a través de las autoridades competentes las infracciones que contravengan a lo dispuesto por la ley que estamos analizando.

Tenemos entonces que las infracciones a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor serán sancionadas por la autoridad competente de la siguiente manera. (1)

- 1.— Con multa de \$ 100.00 a \$ 100,000.00 en caso de que persista la infracción, podrán imponerse multas por cada día que transcurra sin que obedezca el mandato respectivo.
- 2.— Clausura temporal hasta por 60 días.
- 3.— Arresto administrativo hasta por 36 horas.
- 4.— En caso de la violación reiterada o contumaz, podrá sancionarse por la autoridad competente, independiente de la multa que corresponda, con la cancelación o revocación de la concesión, licencia permiso o autorización respectivos y en su caso con la con la clausura temporal o definitiva del establecimiento.

Se prohíbe que en cualquier establecimiento sea comercial o de servicios, que se ejerzan en contra del público acciones directas que atenten en contra de su libertad, seguridad e integridad personal, así como todo género de inquisiciones y registros personales, o en general actos que ofendan su dignidad y su pudor"... (2)

Cuando sea sorprendido un consumidor de manera flagrante de un delito, los gerentes empleados o funcionarios del establecimiento en el que se está cometiendo el delito, solamente se limitarán y bajo su responsabilidad a poner lo más

(1) Artículo 86 Ley Federal de Protección al Consumidor.

(2) Artículo 54 Ley Federal de Protección al Consumidor

pronto posible al infractor a disposición de las autoridades que resulten ser las competentes. (1)

Cuando se haya violado esta disposición será sancionado conforme a lo anteriormente manifestado, independientemente de la reparación del daño moral y de la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados en caso de que no se le haya podido comprobar el delito que se le haya imputado.

Las sanciones que sean impuestas deberán de tener sus bases en las actas levantadas por la autoridad o por motivo de los datos aportados en las denuncias de los consumidores.

Las resoluciones que son admitidas en materia de sanciones, deben de estar fundadas y motivadas en base a Derecho tomando en consideración los ordenamientos del Artículo 89 que con posterioridad se mencionará.

En los casos en que se reincida, (3) la multa que se imponga se duplicará, a la que se hubiese impuesto con anterioridad, sin que en cada caso exceda del triple del máximo fijado en el Artículo 86 Ley Federal de Protección al Consumidor. Por reincidencia debermos de entender, para los efectos de la Ley en cuestión, y cualquier otra disposición que se deribe de la misma, cada una de las subsecuentes infracciones que se hayan impuesto por un mismo precepto, y que sean cometidas dentro de los 2 años siguientes a la fecha del acta en que se hizo constar la infracción, cuando ésta no hubiese sido desvirtuada.

El Artículo 89 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que para la determinación de sanciones deberá de tenerse en cuenta lo siguiente:

- 1.— El carácter intencional de la acción u omisión que constituya la infracción.
- 2.— Las condiciones económicas del infractor y
- 3.— La gravedad de la infracción que sea implicada con el comercio de productos o servicios, así como el perjuicio que se ocasione a los consumidores o a la sociedad en general.

(1) Artículo 54 Ley Federal de Protección al Consumidor

(2) Artículo 88 Ley Federal de Protección al Consumidor

“El incumplimiento cometido por parte de los proveedores y comerciantes, de las disposiciones que se contienen en la ley en cuestión dará lugar a la sanción administrativa correspondiente y a la imposición de las multas y penas que correspondan a los delitos en que incurran los infractores; además será causa de responsabilidad por los daños y perjuicios que se ocasionen; los que se determinarán y reclamarán conforme a la legislación común, quedando a salvo los derechos de las partes para someter sus diferencias al arbitraje de la Procuraduría Federal del Consumidor, en cuyo caso la resolución que se dicte se tendrá por definitiva para todos los efectos legales.

Sin perjuicio a lo dispuesto por lo anterior, las reclamaciones derivadas de esta ley podrán ser presentadas por los afectados directamente a los proveedores o bien por conducto de la Procuraduría Federal del Consumidor.” (Artículo 90 Ley Federal de Protección al Consumidor).

Las ventas a domicilio, representan otra parte o formas de ofrecer mercancías al público por parte de los comerciantes, enviando a sus vendedores a cubrir ciertos sectores o colonias, e incluso de puerta en puerta para levantar pedidos, haciendo promociones u ofertas, ofreciendo créditos atractivos, además de las facilidades en cuanto a que los cobros se realizarán en el mismo domicilio del comprador. Las amas de casa, son quienes por lo general se ven atraídas por este sistema de compra-venta, por las facilidades de no tener que ir a las tiendas a buscar las cosas o a realizar los pagos, y al ver que las mercancías ofrecidas por la tienda son atractivas realizan dichas adquisiciones.

Muchas veces las amas de casa se ven sorprendidas por eficaces vendedores, que por medio de ciertos ofrecimientos logran incluso hacer que sus mercancías se adquieran, ofreciendo al comprador una imagen de facilidad que lo atraen pero que cuando llega el momento de la realidad, que es cuando hay que hacer los pagos, se llega a la conclusión por parte del consumidor que no alcanza para cubrir con sus abonos respectivos, teniendo como consecuencia la acumulación de los mismos, los cuales generarán intereses, recargos, gastos de cobranza, etc.

Este tipo de ventas se dirige principalmente a las personas de pocos recursos económicos, porque precisamente estos por su ignorancia al respecto son quienes caen más fácilmente, aunque también se lanzan campañas para ventas de este tipo a otros sectores de la población, pero los resultados obtenidos no son de la misma magnitud.

Además, los lineamientos en cuanto a pedidos, formas de perfeccionamiento de la compra venta, Etc., son distintos a que si la mencionada compra - venta se realizara dentro de un establecimiento comercial, como más adelante explicaremos como funcionamiento de este tipo de ventas.

CAPITULO XIII.
RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

Antes de hablar de los recursos dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor es necesario conocer en sí que es un recurso de una manera amplia para poder comprender este capítulo por lo que a continuación me referiré a los recursos en general.

Los recursos (1) son los medios de impugnación que la Ley otorga a las partes y a los terceros para que obtengan mediante ellos la revocación o modificación de una resolución judicial ya sea, ésta como auto o como decreto.

Excepcionalmente el recurso tiene dos sentidos uno amplio y otro restringido y propio. En sentido amplio significa el medio que otorga la Ley para que la persona agraviada por una resolución judicial obtenga su revocación, modificación o nulidad. En sentido más restringido presupone la revocación, recición o nulidad de las resoluciones que se han encomendado a los tribunales de superior instancia. Nuestra ley emplea el recurso de manera amplia, estableciendo la revocación y en algunos casos la queja.

El verdadero recurso presupone una resolución válida pero ilegal, por ésto mismo no debe de ser confundido con el inincidente de nulidad que tiene como presupuesto actuaciones o actos procesales nulos. Los recursos son actos que se llevan a cabo a instancia de parte o de un tercero, en el derecho común no se pueden interponer por un órgano jurisdiccional. Su objeto puede ser la formación de una resolución judicial o su revocación; reformarla quiere decir cambiarla substituyéndola por otra que sea apegada a la ley.

Los recursos dan lugar a las siguientes cuestiones:

- 1) Quién puede interponerlos.
- 2) Contra qué resoluciones podrán ser interpuestos.
- 3) Ante quién deben de interponerse.
- 4) Qué requisitos se deberán llenar para su interposición.
- 5) Cómo se tramitan.

(1) Diccionario de Derecho Procesal Civil de Eduardo Pallares. Pág. 681.

- 6) Cómo se producen.
- 7) Qué efectos producen.

La interposición de un recurso es actividad que sólo conviene a las partes o a los terceros y nunca al órgano jurisdiccional. Por excepción la ley permite que en determinados juicios de nulidad de matrimonio entre otros actos de tipo Civil se lleve a cabo lo que se llama en estos casos revisión de oficio de la sentencia de primera instancia, que no constituye recurso.

La interposición del recurso debe de llevarse a cabo en el tiempo y lugar hábiles y con las formalidades de ley. Su interposición es un acto de declaración de voluntad pura y simple y que no está sujeto ni a condiciones ni a plazos, deberá de hacerse ante un juez o tribunal que pronunció la resolución recurrida.

Los recursos sólo se hacen valer por haber sufrido la parte que lo impugna un agravio, ya que si no hay agravio no hay recurso. Para que exista un agravio no es suficiente que la Ley o los principios generales de Derecho hayan sido violados por la resolución, ya que además es necesario que dicha violación cause un daño a los intereses o derechos del recurrente. Los recursos improcedentes deben de ser rechazados y podrá consignarse a quienes los impongan. La impugnación de resoluciones judiciales son actos de conservación y defensa y no de disposición de los derechos litigiosos, de lo que se sigue que el apoderado no necesita de poderes especiales para impugnar.

Cuando se abre o no una segunda instancia con el recurso, el principio de la "reformatio in pejus" consistente en que si una de las partes impugna una resolución y la otra se conforma ya sea de manera tácita o expresa, la sentencia que declare improcedente el recurso, no podrá modificar la resolución impugnada. Este principio se funda en que los recursos los otorga la ley en beneficio de quien los utiliza y no en su perjuicio. Este principio no rige en los casos de revisión de oficio.

PRINCIPIOS RELATIVOS A LOS RECURSOSs

La interposición de un recurso es una actividad que solamente conviene a las partes o a los terceros y nunca al órgano jurisdiccional.

La interposición de un recurso en su carácter de acto procesal está sujeta a las normas generales, que rigen a tales actos, por lo que deberá de llevarse a cabo en tiempo y lugar hábiles y con las formalidades de ley.

La interposición de un recurso es un acto declarativo de la voluntad puro y simple que no puede estar sujeto a condiciones ni plazos.

La interposición de estos recursos debe de hacerse frente a los tribunales o jueces que hayan pronunciado la resolución recurrida.

Los recursos deben de hacerse valer cuando la parte que los hace valer sufre un agravio por la sentencia o resolución impugnados.

Para que existan agravios además de los principios generales que hayan sido violados por la resolución, es necesario que dicha violación importe un daño a los intereses o derechos del recurrente.

Los recursos notoriamente frívolos o improcedentes deben de ser desechados de plano, incluso pueden dar lugar a consignaciones a quienes los interponga.

La impugnación es un acto de conservación y defensa.

El Código Civil no permite la renuncia anticipada de los recursos a excepción en los casos de juicios arbitrales. Una simple protesta no equivale a recurrir a dicha resolución.

La renuncia a un medio de impugnación puede ser tácita o expresa.

Por medio de los recursos se pueden hacer valer toda clase de vicios de que adolezca la sentencia, pero con los recursos extraordinarios solamente alguno de ellos. Ej. recurso de apelación extraordinaria y amparo.

RECURSOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS:

Los poderes jurisdiccionales del tribunal que conoce de un recurso ordinario son los mismos que los del juez inferior, pero los recursos extraordinarios, en los que no sucede lo mismo, presuponen una jurisdicción limitada. Ej. En los juicios de Amparo, la jurisdicción de los Juzgados de Distrito Tribunales Colegiados y de la Empresa Corte de Justicia está limitada a resolver sobre la constitucionalidad del acto reclamado.

Los recursos ordinarios dan lugar a una nueva instancia, y los extraordinarios a un nuevo proceso.

Los recursos que son admitidos en el derecho común son los siguientes:

- 1) Revocación.
- 2) Reposición.
- 3) Apelación.
- 4) Queja.
- 5) Apelación extraordinaria (no es propiamente un recurso).

1) *RECURSO DE REVOCACION:*

Solamente es procedente contra los decretos y autos no apelables, y su objeto es que se recinda la resolución contenida en el auto o decreto para sustituirla por otra que el recurrente considere como legal o para que aquella quede sin efecto.

El Código Federal dice:

“Solamente los autos contra los cuales no se conceda por este código el recurso de apelación, serán revocables por el tribunal que las dictó. También lo serán las resoluciones que se dicten en segunda instancia antes de la sentencia”. (Artículo 361).

Naturaleza Jurídica:

Como medio de impugnación el recurso de revocación es un derecho para el procesado, acusado o sentenciado; el defensor, el ministerio público y el ofendido.

El órgano jurisdiccional como sujeto equilibrador de la relación jurídica procesal, es una obligación atender a la inconformidad manifestada con lo resuelto, y cuando sea procedente también lo será revocar su resolución.

OBJETO Y FIN:

Su objeto es el auto en contra del cual se interpone, para que previo estudio que haga el órgano jurisdiccional, lo reconsidere y de ser posible (procedente) también lo será revocar su resolución.

ANTE QUIEN SE INTERPONE:

Se interpone ante el órgano jurisdiccional, autor de la resolución juez de instrucción o tribunal de apelación, y debe de ser uno u otro, según el caso, quien directamente resuelva.

TIEMPO DURANTE EL CUAL PROCEDE SU INTERPOSICION:

Es procedente hacer el recurso de revocación en el acto de notificación o al día siguiente hábil (Artículo 413 y 362 Código del D.F.).

DINAMICA:

El procedimiento para substanciar la revocación. Una vez interpuesta, si el órgano jurisdiccional creyere necesario oír a las partes, así lo hará. durante la audiencia verbal, cuya celebración tendrá efecto durante las 48 horas siguientes y dictará en ella su resolución contra la que no se dá recurso alguno.

2) RECURSO DE REPASICIONs

Es el que se interpone en contra de los autos y decretos pronunciados por el tribunal de alzada. Rige a su respecto el Artículo 686 y que dice: "De los decretos y autos del tribunal superior, aún de aquellos que dictados en su primera instancia serían apelables, puede pedirse reposición que se substanciará en la misma forma que la revocación."

La reposición se tramita por medio de un escrito por cada parte y la resolución del juez que debe pronunciar den-

tro de tercer día, si el juicio es escrito, y si es oral decide de plano.

3) RECURSO DE APELACION:

Es el que se interpone ante el juez de primera instancia para que el tribunal de segunda modifique o revoque su resolución contra cual se hace valer.

El Artículo 688 dice que “el recurso de apelación tiene por objeto que el superior confirme, revoque o modifique la resolución del inferior”, la persona que interpone el recurso no pretende con ello que se confirme en el auto o sentencia recurridos. También se le conoce con el nombre de alzada, y con este término se define de la siguiente manera: “Alzada es aquella que alguna de las partes hace, de juicio que fuese dado en contra de ella, llamándose y corriéndose a enmienda de mayor juez”. En ella se desatan los agravios que los jueces hacen a las partes ya sea maliciosamente o por ignorancia.

Menéndez y Pidal (1) del respecto dice: “Apelación es un recurso ordinario, en virtud del cual la parte que no se conforma con la decisión de un juez, puede llevar un litigio, o ciertos puntos concretos del mismo, a la resolución de otro juzgador”.

Procede la apelación en los casos siguientes:

- 1) Contra el auto en que el juez desconozca la personalidad del actor y se niegue a dar entrada a la demanda (Artículo 47 y 723, Código Civil del Distrito Federal).
- 2) Contra la resolución que pronuncie el juez cuando la persona a quien se ha impuesto una corrección disciplinaria pide que ésta se le levante (Artículo 63). En este caso además de ser interpuesta por las partes, puede interponerse por extraños al juicio como lo serían los peritos, testigos, abogados y los procuradores de aquella.
- 3) Cuando un juez o magistrado se excusé de conocer de un juicio sin causa legítima. (Artículo 17).
- 4) Cuando el juez se niega a dar curso a una demanda después de que la parte ha hecho en ella las modificacio-

(1) Diccionario de Derecho Procesal Civil. Eduardo Pallares. Pág. 85.

nes que aquel haya exigido; o si tales modificaciones no proceden (Artículo 257).

- 5) Contra las resoluciones pronunciadas por el ejecutor en función del juez de decisión, en cuyo caso presenta anomalía de que debe ser resuelto (el recurso) por el juez titular. (Artículo 460 y 475)
- 6) Contra las sentencias interlocutorias pronunciadas en la vía de apremio (Artículo 527).
- 7) Cuando al diligenciar un exhorto, se presenta un tercer opositor que no haya sido oído por el juez recurrente, y se opone al cumplimiento del exhorto alegando derechos posesorios sobre la cosa materia de la ejecución y no pudiere probarlos, y se le condena entonces a pagar los daños y perjuicios ocasionados por ser infundada la oposición. (Artículo 601) Código Procesal Civil del Distrito Federal.
- 8) Contra el auto en que el juez rechaza el recurso de apelación interpuesto ante el (Artículo 723 Fracc. III).
- 9) Contra los actos del ejecutor, en los que haya defecto o exceso en la ejecución (Artículo 724).
- 10) Contra los ejecutores por las decisiones que pronuncien en los incidentes de ejecución.
- 11) Contra las omisiones o dilaciones en que incurren los secretarios de acuerdos, en cuyo caso la queja tiene por objeto que se les imponga una corrección disciplinaria (Artículo 724).

La ley no la determina cuando el recurso lo ha de substanciar el juez titular.

Solo debe de admitirse el recurso en las causas apelables (Artículo 727) a no ser que se intente para calificar el grado en la denegada apelación.

Este recurso tiene efectos suspensivos aunque la ley no lo admite. En cuanto a este recurso es necesario y urgente poner un orden, sistema y claridad.

5) LA APELACION EXTRAORDINARIA:

No es propiamente un recurso, ya que no tiene por objeto reformar o revocar una sentencia, sino la nulificación de una instancia. Se inicia por una demanda de nulidad, en la

que se formulan las pretenciones que deban declararse nulas las actuaciones practicadas en el juicio. Presupone que el juicio ha fallado en sentencia definitiva.

Este recurso tiene como fundamento jurídico la garantía de previa audiencia judicial, que es violada en los casos en que aquel procede.

No procede cuando uno de los litigantes muere y el juicio sigue adelante sin la representación del occiso.

Este recurso al nulificar la sentencia firme, la priva de la autoridad de la cosa juzgada que pudiera tener.

Conforme el Artículo 718 del Código de Procedimientos Civiles, el superior juez ante quien se promueve la apelación extraordinaria.

EL RECURSO EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

Dentro de esta Dependencia Federal los recursos que son admitidos, no son todos los que se han mencionado con anterioridad, debido a que el funcionamiento de la Procuraduría exige una limitación a unos cuantos de ellos solamente, por lo que a continuación daré a conocer a ustedes cuáles son los recursos procedentes en esta Dependencia.

RECURSO DE REVOCACION.— En general este recurso y como ya lo habíamos explicado más amplimente en las generalidades del recurso, se deberá de interponer en contra de las resoluciones dictadas por la Procuraduría dentro del procedimiento conciliatorio, cuando ésta actúa como “anigable componedor” o intermediario conciliador entre las partes en conflicto. Esta atribución de conciliar a las partes la otorga la Ley Federal de Protección al Consumidor en su Artículo 59 en su fracción VIII, inciso D) así mismo el artículo, la fracción y el inciso también nos hablan del recurso de revocación.

Así mismo el recurrente deberá de observar lo que se dispone en los Artículos 228 y 230 del Código Federal de Procedimientos civiles en caso de la supletoriedad a la ley de la materia.

RECURSO DE REVISION.— En base al Artículo 91 de la Ley de la materia (Ley Federal de Protección al Con-

sumidor) los que se hayan afectados por las soluciones dictadas por la Procuraduría Federal del Consumidor, podrán recurrirlas en revisión, deberán hacerlo por escrito y ante la inmediata autoridad superior a la que resulte responsable, debiendo ser lo anterior dentro de los 15 días hábiles siguientes a la fecha de la notificación de la resolución.

Las resoluciones dictadas por la Procuraduría a través de las cuales se imponga una multa a manera de medida de apremio, una sanción por violaciones a la Ley, se declara la competencia de la Procuraduría para conocer de una queja que le haya sido presentada debe de recurrirse en revisión, porque en estos casos la institución actúa como autoridad.

Para la interposición de los recursos mencionados se deberá de tomar en consideración los siguientes puntos, estos puntos deberán de reunirse para ambos recursos, (REVISIÓN Y REVOCACION).

- 1) La personalidad del recurrente:
- 2) Si procede el recurso;
- 3) Si se está interponiendo en el término que la ley prevé para el mismo, o que este término sea el previsto por el Código de Procedimientos Civiles;
- 4) El resultado debe de ser breve, sintetizando el acto que se ha impugnado.
- 5) En los considerandos se analizarán todos los agravios que se hagan valer.
- 6) La resolución debe ser fundada y motivada, si es posible la aplicación de Jurisprudencia deberá señalárselas fuentes de los mismos.
- 7) Los puntos resolutivos se formularán de manera concreta, en los que se indicará si es procedente el recurso, y si el mismo está fundado o es infundado. si no está fundado. se resolverá que a resolución impugnada queda firme, y en caso de ser fundado el acto combatido, podrá quedar sin efecto este acto ya sea parcial o totalmente. lo cual quedará debidamente establecido dentro de los mismos puntos resolutivos.
- 8) En el punto resolutivo respectivo se ordenará la notificación a las partes de manera personal.

C A P I T U L O X I V .

A M P A R O .

A M P A R O

Para efectos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, las personas que resulten afectadas por las resoluciones dictadas en esta Ley y demás disposiciones derivadas de ella, podrán recurrirlas en revisión, por escrito el cual deberán de presentar ante la autoridad inmediata superior a la que resulte ser responsable, dentro del término de 15 días hábiles siguientes a la fecha de la notificación de la resolución salvo que el acto que la motivó se encuentre regido por otra ley, caso en el que se estará en lo que esa ley disponga.

Cuando el recurso no es interpuesto a nombre propio, es necesario que se acredite la personalidad de aquel que lo está promoviendo. Al presentarse un recurso administrativo, pueden ser interpuestas toda clase de pruebas, a excep-

La autoridad que conoce del recurso deberá de dictar la resolución procedente dentro de los 30 días siguientes a la fecha de recepción de las pruebas, o si se ofrecen pruebas que ameriten el desahogo, será dictada dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que éste se haya efectuado.

Para los efectos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el recurso se tiene por no interpuesto en los siguientes casos:

- I.—Cuando éste es presentado fuera del término de 15 días contados a partir de la fecha de la notificación contándose para tal efecto los días hábiles.
- II.—Cuando no se ha presentado la documentación respectiva a la personalidad de quien lo suscribe o dicha personalidad no se haya acreditado de manera legal dentro del plazo concedido para el desahogo de la prevención.
- III.—Cuando no se suscriba, a menos que se firme antes del vencimiento del término para interponerlo. La autoridad que conoce del recurso prevendrá para que el recurrente firme la documentación en el caso de que éste no lo haya hecho con anterioridad.

Las resoluciones que no se hayan recurrido dentro del término legal, así como las que sean dictadas al resolverse el recurso, o aquellas que lo tengan por no interpuesto, tendrán el carácter de definitivas administrativamente.

La interposición del recurso viene a suspender la ejecución de la resolución impugnada en cuanto al pago de multas siempre que su importe se garantice en los términos del Código Fiscal de la Federación ante la oficina que corresponda.

El amparo es un medio constitucional establecido por los Artículos 103 y 107 constitucionales. Es una de las instituciones más importantes del Derecho Mexicano, y tiene por objeto la protección de las garantías constitucionales, el mantenimiento de la soberanía local y federal, cada una en su propia esfera de atribuciones. El amparo es un verdadero juicio y no un recurso, no obstante que originalmente así se le consideró y se le llamó.

Con arreglo a lo dispuesto por la constitución, el amparo sólo procede en contra de sentencias definitivas en los juicios Civiles y Penales en las que no proceda ningún recurso por virtud del cual puedan ser modificadas o reformadas, o contra la violación de las leyes del procedimiento, cuando se afecten partes substanciales del juicio de manera que se deje sin defensa al quejoso, y cuando se trate de actos en el juicio cuya ejecución sea de imposible reparación. (1)

Las bases que rigen el juicio de garantías se encuentran consignadas en el Artículo 107 constitucional, el cual en sus diversas fracciones, establece el régimen de seguridad jurídica y la preservación de los derechos fundamentales del hombre. Por lo que a continuación mencionaremos dando una breve explicación de los principios del amparo.

- a) **PRINCIPIO DE INSTANCIA DE PARTE AGRAVIADA.**—A través de él se consagra la acción constitucional ante el órgano jurisdiccional, el juicio de amparo procede solamente a instancia de parte agraviada o interesada y nunca de oficio.

(1) Artículo 114 y 158 Ley de Amparo. "Jurisprudencia: apéndice 1975, 8a. parte, plano y salas, tesis 33 p. 55").

- b) **PRINCIPIO DE PROSECUCION JUDICIAL DEL AMPARO.**—Ya que el amparo debe de revestir ciertas formas procesales.
- c) **PRINCIPIO DE LA RELATIVIDAD DE LA SENTENCIA DE AMPARO.**—Para evitar que las sentencias de amparo tengan efectos generales, sino que las resoluciones deberán de limitarse a amparar y proteger al quejoso en caso especial sobre el que versa la demanda.
- d) **PRINCIPIO DE DEFINITIVIDAD.**—Consiste en que el juicio de garantías para ser procedente, deben de agotarse todos los recursos ordinarios que señale la ley.
- e) **PRINCIPIO DE ESTRICTO DERECHO.**—Ya que sólo deben de atenderse los conceptos de violación que se hayan planteado en la demanda de amparo, por lo que no se podrán suplir de oficio ni los actos reclamados ni los conceptos de violación. La excepción al principio en cuestión es cuando se trata de leyes declaradas inconstitucionales por la suprema corte de justicia y con relación a menores.
- f) **PRINCIPIO DE PROCEDENCIA DEL AMPARO.** Que sea presentado ante las autoridades competentes.

El amparo se divide en amparo directo e indirecto, o como los ha llamado el Dr. Ignacio Burgoa Orihuela: (1) Amparo unistancial y amparo bistanicial, estableciéndose la procedencia de uno u otro en razón de la naturaleza del acto reclamado. Cuando se trata de una resolución o sentencia definitiva civil, penal o administrativa o de un laudo de los tribunales del trabajo, procederá el amparo Directo, cuando se trate de otro tipo de actos pero que también sean violatorios de las garantías individuales procederá el amparo indirecto.

Conocerán del amparo directo: La Suprema Corte de Justicia o los tribunales colegiados de circuito en su caso.

Pero serán competentes para conocer del amparo indirecto, los jueces de distrito, es decir cuando no se trate de sentencias definitivas dictadas por los tribunales judiciales o administrativos o contra laudos emitidos por los tribunales del trabajo.

EL AMPARO EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

En esta institución, y contra los actos de los funcionarios de la procuraduría procede el amparo directo.

La dirección de asuntos jurídicos es la encargada de rendir los informes previos y justificados dentro de los juicios de amparo que se promueven en contra de actos dictados por los diversos funcionarios de la Procuraduría, toda vez que para los efectos del amparo ésta resulta ser autoridad.

¿QUE DEBERA DE CONTENER EL INFORME PREVIO?

Se manifestará si el acto es cierto o si no lo es, en el caso de que éste sea cierto se tratará de un acto consumado, pero en el caso de que no sea cierto, deberá de negarse la emisión del acto reclamado transcribiendo la tesis respectiva.

¿QUE DEBERA DE CONTENER EL INFORME JUSTIFICADO?

Este además de la manifestación de que el acto reclamado es cierto, la justificación de que el mismo fue emitido conforme a derecho.

Se harán valer las cláusulas de improcedencia y de sobreseimiento que se consideren pertinentes en los términos que establecen los artículos 73 y 74 de la ley de amparo.

El análisis de los conceptos de violación en el que se hagan valer deberá estar suficientemente fundado y motivado.

Al informe justificado deberán de anexarse copia certificada de las constancias por las que se acredita la legal emisión del acto reclamado o actos reclamados.

SENTENCIA

Al ser notificada la sentencia, si en la misma se concede el amparo y protección de la justicia de la Unión el quejoso y se considera que la misma no fue emitida en estricto apego a derecho y se tienen los elementos necesarios, se interpondrá el recurso de revisión.

RECURSO DE REVISION EN EL AMPARO

Para interponer el recurso de revisión se tienen 5 días que serán contados a partir del día siguiente de la notificación, de acuerdo al Artículo 86 de la Ley de Amparo.

El recurso de revisión sólo podrá interponerse por cualquiera de las partes en el juicio, ya sea ante el juez de distrito o autoridad que conozca del mismo, o ante el tribunal Colegiado de Circuito o la Suprema Corte de Justicia de la Nación según que su conocimiento corresponda a ésta o a aquél.

El término para la interposición del recurso será de 5 días, contados desde el día siguiente al que surta efectos la notificación de la resolución recurrida.

La interposición del recurso de revisión debe de ser fundada en los Artículos 82, 83 Fracc. IV, Fracc. II, 86, 87, 88 y demás relativos de la Ley de Amparo en vigor, y la exposición de los agravios deberá de hacerse de manera concreta y precisa señalándose cuál es o son los agravios que están causando la sentencia.

A su vez en materia de amparo existen los recursos de queja: Artículo 95 fracciones I, V y VI L.A., así como el 97 y el de reclamación Artículo 103 también de la Ley de Amparo.

EJECUCION DE LA SENTENCIA

La sentencia de amparo deberá de cumplirse en todos sus términos, respecto de los actos reclamados, por los cuales se concedió el amparo y protección de la justicia de la Unión con la observancia de los Artículos 104 y 105 de la Ley de Amparo.

1914
1915
1916
1917
1918
1919
1920
1921
1922
1923
1924
1925
1926
1927
1928
1929
1930
1931
1932
1933
1934
1935
1936
1937
1938
1939
1940
1941
1942
1943
1944
1945
1946
1947
1948
1949
1950
1951
1952
1953
1954
1955
1956
1957
1958
1959
1960
1961
1962
1963
1964
1965
1966
1967
1968
1969
1970
1971
1972
1973
1974
1975
1976
1977
1978
1979
1980
1981
1982
1983
1984
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024
2025

CAPITULO XV
JUICIO FISCAL

TRIBUNAL FISCAL DE LA FEDERACION JUICIO FISCAL

Los juicios de nulidad que promueven los proveedores que se consideran afectados, se originan por las multas y sanciones que la Procuraduría les impone con apoyo en los Artículos 66 y 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Ante una demanda de nulidad fiscal, la autoridad al contestarla deberá tomar en cuenta las siguientes constancias para formular la defensa:

- 1.—Analizar si la demanda de nulidad fiscal fue presentada dentro del plazo legal que establece el Art. 207 del Código Fiscal de la Federación, o sea dentro de los 45 días siguientes a aquel en que haya surtido efectos la notificación del acto impugnado.
- 2.—La personalidad del promovente del juicio fiscal, pues en caso de que el actor no acredite su representación deberá de oponerse la excepción de falta de personalidad, con fundamento en el Artículo 1o. del Código Fiscal de la Federación.
- 3.—Para contestar la demanda la autoridad tiene un plazo de 45 días hábiles en términos del Artículo 212 del Código Fiscal de la Federación.
- 4.—Para formular la contestación de la demanda es necesario analizar si existen algunas de las cláusulas de improcedencia que establece el Artículo 202 del Código Fiscal de la Federación.
- 5.—Deberán de ser analizadas las pruebas ofrecidas por el actor y en caso de ser procedente, objetarlas para los efectos legales correspondientes.
- 6.—En la contestación se controvertirán todos y cada uno de los hechos de la demanda, teniendo cuidado en desvirtuar los agravios que señale el promovente del juicio. Es importante que al ofrecer las pruebas éstas se relacionen convenientemente con todos los puntos de la litis.
- 7.—De conformidad con los Artículos 210 y 212 del Código Fiscal de la Federación, el demandante podrá ampliar su demanda dentro de los 20 días siguientes

- a la fecha que surta efectos la notificación del acuerdo recaído a la contestación de la demanda.
- 8.—La autoridad debe de contestar la ampliación de la demanda en el mismo término señalado en el punto anterior, poniendo atención en cada una de las cuestiones que sean impugnadas en dicha ampliación, y ofrecer las pruebas relativas a las nuevas afirmaciones que se produzcan, así como ratificar el ofrecimiento de las pruebas que ya se hubiere hecho en el escrito de contestación de la demanda.
 - 9.—Cuando la sala del tribunal fiscal dicta una sentencia declarando procedente la demanda, lo podrá hacer en dos sentidos:
 - 1o. Ordenando que se deje sin efecto la multa impuesta.
 - 2o. Que la autoridad dicte una nueva resolución en la que se subsanen las anomalías que se hayan cometido al dictarse el acto impugnado.
 - 10.—La sentencia dictada en el juicio de nulidad fiscal debe de ser acatada estrictamente en todos y cada uno de sus términos.

RECURSO DE REVISION EN EL JUICIO FISCAL

En caso de que sea procedente recurrir a la revisión, la sentencia dictada debe de interponerse dentro de los 15 días siguientes a aquel en que surta sus efectos la notificación de la sentencia debiendo firmarlo el titular de la dependencia y dirigirlo al presidente del tribunal fiscal, de conformidad con el Artículo 249 del Código Fiscal de la Federación.

En el recurso de revisión deberán de ser expresados los agravios que cause la sentencia dictada por la sala, normalmente también se señala la violación de los Artículos 236 y 237 del Código Fiscal de la Federación, argumentando que en la sentencia no se examinaron suficientemente todos y cada uno de los puntos controvertidos así como la inadecuada valorización que la sala haga respecto de las pruebas que se hubieren ofrecido.

Los anteriores numerales corresponden al nuevo Código Fiscal de la Federación del 31 de diciembre de 1981 y que entraron en vigor el día 10 de abril de 1983.

CAPITULO XVI
I N C I D E N T E S

I N C I D E N T E S

Dentro de los procedimientos que se siguen dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, se encuentran planteados problemas de tipo procesal, que deberán de ser tramitados como incidentes y que por acuerdo del titular resuelve el sub-procurador técnico, a través de la dirección general de asuntos jurídicos de la Procuraduría, en ellos, los proveedores y los consumidores hacen valer incompetencia, falta de personalidad, litispendencia, así también como la nulidad y la prescripción.

Es práctica común entre los litigantes que acuden a la Procuraduría Federal del Consumidor, hacer valer las excepciones que se mencionaron en los recursos de revocación y revisión que contempla la ley en cuestión.

Tratándose de Incidentes Procesales, se les debe dar trámite de acuerdo al Artículo 227 y siguientes del Código Federal de Procedimientos Civiles.

Por ser el Código Federal de Procedimientos Civiles, el que da a la Procuraduría Federal del Consumidor su forma de adjetivo en base al Artículo 334, sólo la incompetencia debe de ser substancia con la suspensión del procedimiento.

Con lo que respecta a la incompetencia, debe de subrayarse que la ley no rige relaciones de carácter laboral ni de prestación de servicios profesionales, y tampoco le compete a esta Procuraduría, cuando no se relacione con actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o bien de prestación de servicios a consumidores, dado que la finalidad esencial de la ley es evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses de los consumidores. Sin embargo, se debe ser cuidadoso para sostener la competencia de esta Procuraduría pues es un poco difícil la distinción entre un acto civil y un acto mercantil, en virtud de la intermediación con afán de lucro, que es una característica de los actos de tipo mercantil respecto a los actos de tipo puramente civil, que es una actividad con supuesto mercante de difícil comprobación.

Tampoco se incluyen los contratos de arrendamiento de inmuebles. De aquí deriva la incompetencia de la Procuradu-

ría, debiendo de considerarse de la misma manera a los bancos, los cuales son regidos por una ley especial.

Por lo que respecta a la falta de personalidad, debemos de observar que de acuerdo al Artículo 335 del Código Federal Procesal Civil, el litigante a quien se atribuya haber ocurrido en ese defecto podrá proseguir a corregirlo en cualquier estado del procedimiento, debiendo formarse un expediente para su trámite y resolución, al promoverse esta excepción se puede suspender el procedimiento.

Se dan casos de proveedores que demandan a los consumidores ante el órgano jurisdiccional, existiendo queja en trámite en la Procuraduría Federal con Consumidor, de esta manera se viola el inciso F de la Fracc. VIII del Artículo 59, en este caso de litisprudencia debe de ser subsanado por esta Procuraduría girando al juez del conocimiento, para que conozca del caso para que se suspenda su procedimiento hasta en tanto se dé por agotado el conciliatorio en esta institución, también existen casos de consumidores que estando una demanda en trámite ante un juez, en su contra, acuden a presentar reclamación de lo anterior, deberá de abstenerse de intervenir el juez agotándose primeramente el procedimiento conciliatorio.

CAPITULO XVII
JUICIO ARBITRAL

JUICIO ARBITRAL

ACEPCION: La palabra juicio se deriva del latín "Judicium" la cual a su vez deriva del verbo "judicare", compuesto de jus, derecho y dicere, dare, que significa dar, declarar o aplicar el derecho en concreto. 1

Cuando no se ha logrado la resolución de una queja en la etapa conciliatoria, los delegados deben de hacer ver a los proveedores, prestadores de servicios y consumidores la posibilidad de designar un árbitro siendo este árbitro la Procuraduría Federal del Consumidor, teniendo con éste algunas ventajas como la imparcialidad y el hecho de que se trata de un procedimiento sumario.

En la etapa arbitral es usado el mismo expediente integrado en la etapa conciliatoria, iniciándose el juicio arbitral en el momento en que las partes manifiestan su voluntad de someterse a él, y que la demanda y su contestación tengan como objeto el establecimiento de la litis.

Es posible que las partes convengan que para el desahogo de una prueba sea necesaria la intervención de un perito lo cual es posible dentro del juicio arbitral.

Para la ejecución del juicio arbitral se debe de recurrir a la Jurisdicción Ordinaria, de acuerdo al artículo 59 fracción VIII inciso e), de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Aun cuando los Tribunales Superiores de Justicia de los Estados exijan que dentro del Juicio Arbitral se sujeten las partes a los términos establecidos en los Códigos del orden común de cada Estado, siempre deberán tomar en cuenta que en el Juicio Arbitral debe de prevalecer la voluntad de las partes.

En el compromiso arbitral, al llegar las partes a un acuerdo, éste se asentará en un convenio, dándose así por concluido el juicio, renunciando las partes de manera expresa a los términos de la ley adjetiva de cada Estado.

(1) Diccionario de Derecho Procesal Civil de Eduardo Pallares, Pág. 460.

CAPITULO XVIII

*PRINCIPALES CARACTERISTICAS DEL INSTITUTO
NACIONAL DEL CONSUMIDOR Y DE LA
PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR*

PROCURADURIA E INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

A partir de la creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor se tuvieron que crear dos organismos, que a pesar de que ambos protegen a la población consumidora no laboran de la misma manera. Ambos son organismos descentralizados y con patrimonio propio, nos referimos al Instituto Nacional del Consumidor y a la Procuraduría Federal del Consumidor, el primero tiene primordialmente funciones de orientación, estadística, información, capacitación, etc. mientras que la Procuraduría, representa los intereses de la población, asesora gratuitamente a los consumidores, denuncia a las autoridades competentes las violaciones de precios, peso, medida, normas de calidad, etc. que lleguen a ser de su conocimiento, así como las prácticas monopólicas o tendientes a éstas, o las violaciones al artículo 28 constitucional.

Al crearse la Ley Federal de Protección al Consumidor, también se creó la Procuraduría Federal del Consumidor como ya fue mencionado en párrafos anteriores, obteniéndose con esto un sistema muy similar para aplicar la ley al utilizarlo en las juntas de conciliación y arbitraje, y no obstante su sencillez y economía, es relativamente bajo el número de quejas o reclamaciones presentadas.

Las ventajas de utilizar cuando procede la intervención de esta procuraduría podrían ser:

- 1.—Rapidez en la solución de los asuntos.
- 2.—No se requiere la intervención de un abogado defensor, ni de representantes especiales.
- 3.—Pueden levantarse quejas o resoluciones, incluso con el simple hecho de hacer las manifestaciones bajo protesta de "decir verdad".
- 4.—No hay necesidad de hacer ningún pago por dicho procedimiento.

Por lo que tenemos, que para hacer valer nuestros derechos ante esta Procuraduría, es suficiente tener el interés de que nuestro asunto sea resuelto a través de ella.

Esta, al igual que todas las leyes, se ha hecho pensando en ser aplicada adecuadamente, pero no por ello, se puede

decir que es perfecta, ya que no obstante su aplicación es muy conveniente para los consumidores, proveedores y prestadores de servicios, éstos en ocasiones pueden toparse con fallas humanas, o retrasos a causa de las mismas, mas no obstante lo anterior, por lo general el trámite sí resulta ser más ágil y sencillo que en los tribunales.

En un 80% aproximadamente, las quejas o resoluciones, son solucionadas en la primera audiencia conciliatoria, un 10% en la segunda audiencia de conciliación, un 8% a través del arbitraje, peritaje, recursos, etc. y sólo un 2% no son resueltos y son sujetos con posterioridad a la intervención de los tribunales. (Los valores en porcentaje son aproximados, debido a las variaciones que puedan presentarse de acuerdo a los meses correspondientes).

Principales características de la Procuraduría Federal del Consumidor y del Instituto Nacional del Consumidor

- 1.—La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con funciones de autoridad, con personalidad jurídica y patrimonio propio, para proteger y promover los derechos e intereses de la población consumidora. (1) Con domicilio en la ciudad de México y con delegaciones en cada uno de los Estados y en los lugares en que juzgue conveniente. (2)
- 2.—Los juzgados federales serán competentes para conocer las controversias que se susciten en la que la Procuraduría Federal del Consumidor sea parte.
- 3.—Serán coadyuvantes en los asuntos de la Procuraduría toda clase de autoridades federales, estatales y municipales, así como las organizaciones de los consumidores, de acuerdo a lo dispuesto por el reglamento respectivo.
- 4.—La Procuraduría Federal del Consumidor representa:
 - a) A los intereses de la población consumidora.
 - b) Representa a los consumidores como tales, ante

(1) (2) Ley Federal de Protección al Consumidor. (1) Art. 57. (2) Art. 58 Cap. VIII.

organismos y entidades privadas, prestadores de servicios o proveedores de bienes.

- c) Representa a los consumidores ante las autoridades judiciales (previo mandato) cuando trasciende a intereses colectivos.
- d) Estudia y propone medidas encaminadas a la protección del consumidor.
- e) Denuncia ante las autoridades competentes los casos en que se presume la existencia de monopolios o actos tendientes a éste.
- f) Denuncia a las autoridades la violación de precios, normas de calidad, peso, medidas y otras características de productos o servicios.
- g) Concilia las diferencias entre los proveedores y consumidores fungiendo como amigable compo-
nedor.
- h) Denuncia ante el Ministerio Público los hechos que sean de su conocimiento y puedan constituir un delito.
- i) Denuncia a las autoridades competentes, los hechos que lleguen a su conocimiento derivados de la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor y que pueden constituir delitos, faltas, negligencia u omisiones oficiales.
- j) En general, velar en la esfera de su competencia por el cumplimiento de la ley en cuestión y de las disposiciones que de ella emanen.

5.—EL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.—Es un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio.

6.—Sus finalidades son:

- a) Informar y capacitar al consumidor en el conocimiento de sus derechos.
- b) Orientar al consumidor respecto a su capacidad de compra.
- c) Orientar al consumidor en el conocimiento de prácticas comerciales publicitarias, lesivas a sus intereses.

d) Auspiciar hábitos de consumo que protejan el patrimonio familiar y promuevan un sano desarrollo y una más adecuada asignación de los recursos productivos del país.

7.—En cumplimiento a lo dispuesto en la Fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y para su debida publicación y observancia, se expidió el decreto en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la ciudad de México, D. F., a los diecinueve días del mes de diciembre de mil novecientos setenta y cinco.

TRAMITE EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

1.—Presentación de la queja.—El consumidor afectado se presenta ante la Procuraduría Federal del Consumidor, directamente en el departamento de recepción de quejas, que es en donde éste explica su caso, las o la persona encargada de tomar su informe, lo orienta en caso de que su queja no sea procedente dentro de la competencia de la Procuraduría, remitiéndolo en su caso a las personas o autoridades competentes para conocer del mismo. En caso de que dicha queja sea procedente, el encargado de recepción de quejas toma por escrito los datos del proveedor o prestador de servicios así como los del reclamante, además de tomar un acta que contiene brevemente los hechos que provocaron la discordia.

Para la presentación de esta reclamación o queja, si no se es directamente el afectado se requerirá de una carta poder simple en casos de menor cuantía, y para asuntos de cuantía mayor dicha carta poder deberá de ser notarizada, además se presentarán dos copias de los documentos respectivos a la queja, como lo serán por ejemplo notas de remisión, pólizas de garantía, recibos de pago, comprobantes de depósito, etc.

Esta reclamación o queja podrá ser presentada, además, cuando existan varios afectados por determinado asunto, se podrán levantar acumulados, sin importar el número de reclamantes, siempre y cuando tengan un representante autorizado por cada uno de ellos.

En este momento al tenerse levantada en sí la queja, se turna a una mesa, que se encuentra integrada por un abogado conciliador y una secretaria, los cuales se encargarán del siguiente paso.

Además se da fecha y hora en que tendrá lugar la audiencia de conciliación, la cual se desarrollará dentro del mismo lugar donde se ubica la Procuraduría Federal del Consumidor.

2.—Citación de las Partes.—La parte reclamante queda citada desde el mismo momento en que es levantada la reclamación o queja, por medio de una copia de la misma, el proveedor o prestador de servicios es citado con anterioridad a la audiencia de conciliación, por un notificador que se traslada al domicilio del mismo para que quede debidamente citado.

3.—Audiencia de conciliación.—Citadas las partes, deberán de presentarse a la audiencia de conciliación que por lo general tiene una duración de 30 minutos, en ésta interviene un abogado conciliador, fungiendo como un "amigable componedor", dando su opinión al respecto y ofreciendo varias opciones para solucionar el asunto en el caso de que las partes no propongan alguna.

El abogado conciliador, antes de comenzar la audiencia conciliatoria, solicita el informe a que se refiere el citatorio, al proveedor o prestador de servicios, además por no presentarse este informe puede aplicarse la multa correspondiente. Para el caso de personas morales se solicita una carta notarizada en la que la empresa otorga el poder correspondiente, el cual será registra-

do ante la procuraduría en el momento de integrar también la escritura constitutiva de la sociedad.

Si durante el desenvolvimiento de la audiencia de conciliación, se vio que existen otros responsables, se hace el citatorio correspondiente a fin de que se presente a una nueva audiencia.

También cuando una de las partes se presenta y la otra no lo hace se da lugar a una nueva audiencia con citación a las partes además de la multa correspondiente por su inasistencia a la misma.

- 4.—Arbitraje.—Las partes, al no llegar en las audiencias conciliatorias a un arreglo, éstas voluntariamente, pueden solicitar la intervención de un árbitro, lo cual se hace constar en el acta. El compromiso arbitral se llevará de acuerdo a como lo convengan las partes.

En este laudo sólo se admite la aclaración, mientras que en cualquier otro procedimiento de la procuraduría se acepta el recurso de revisión y el de revocación.

- 5.—Jurisdicción Ordinaria.—Cuando no obstante todos los trámites relacionados al conflicto por la Procuraduría no hayan sido suficientes para lograr el avenimiento de las partes, la misma Procuraduría otorgará a las partes un documento en el que se hará constar que el procedimiento dentro de la misma quedó agotado, el cual será tomado en cuenta dentro del juicio respectivo.

- 6.—Clasificación para el archivo de los asuntos.—Para dar por terminados los asuntos dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, se toman en cuenta diversos aspectos sobre la forma de culminación de los mismos, para lo cual se clasifican de la siguiente manera:

A) *Solucionado*.—Cuando en cualquiera de las audiencias celebradas, las partes han llegado a un acuerdo, y una vez estando conformes

con ese acuerdo solicitan se archive su asunto como "SOLUCIONADO" quedando entonces en archivo definitivo.

- B) *Desistimiento*.—Cuando antes de llevarse a cabo las audiencias, o cuando la parte actora (consumidor) ya no le interesa continuar el trámite, sin importar si se han celebrado audiencias conciliatorias o no, solicita a al Procuraduría a través de un escrito para que ya no se continúe con el trámite.
- C) *Perdida la Instancia*.—Es el caso, cuando el consumidor, no obstante haber sido citado en múltiples ocasiones para que asista a las audiencias de conciliación no se presenta a las mismas, entonces, pierde la instancia sobre el negocio, y solamente podrá volver a actuar, levantando un nuevo expediente de queja o reclamación.
- D) *Falta de Interés Jurídico*.—Se da el caso cuando ambas partes no comparecen a las audiencias, no obstante de haber sido citadas con anticipación.
- E) *Agotados los Procedimientos*.—Cuando no obstante la intervención de la Procuraduría Federal del Consumidor a fin de dar solución a sus conflictos entre las partes, éstas no llegan a ningún acuerdo y solicitan copias certificadas de lo actuado para proseguir ante los tribunales.
- F) *Improcedente*.—Cuando por un error en el departamento de recepción de quejas se ha levantado una reclamación o queja de la cual no es competente para conocer la Procuraduría Federal del Consumidor, ésta al momento de ser descubierta queda sin efecto, y se turna a las autoridades competentes para que conozcan de ella y/o en su caso se notifica de lo anterior al consumidor además de darle una orientación al respecto.

CAPITULO XX
CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

PRIMERA.—Sería conveniente, que en la Ley Federal de Protección al Consumidor, se incluyera un capítulo respectø de los arrendamientos, ya que éstos aunque no son comprendidos por la ley en cuestión, sí son intermediarios en los servicios tales como agua, luz, gas, etc. y en ocasiones a manera de presión para que los arrendadores desocupen las fincas que arriendan, cotan o suspenden temporalmente estos servicios, no importando que los contratos no hayan llegado a su vencimiento o que bien por otras causas suspenden dichos servicios. También a través de este tipo de presiones, se obliga a aceptar condiciones desfavorables casi o por lo general leoninas. El Artículo 3o. de la ley en cuestión habla de que son consumidores entre otros aquellos que contratan la prestación de servicios y dentro de esta clasificación se podría enmarcar a los arrendadores como prestadores del servicio, y a los arrendatarios como consumidores del mismo.

SEGUNDA.—La Ley de la Materia a su vez debería de adicionarse en cuanto a la reincidencia de los proveedores, mediante sanciones previstas por la Ley Federal de Protección al Consumidor. En el Artículo 86 de la Ley a la que nos estamos refiriendo, habla de dichas multas a los reincidentes, pero se delegan a otras autoridades, a las que menciona como autoridades “correspondientes” pero sera más práctico, ágil y beneficioso y a su vez daría más margen a la actuación de la Procuraduría Federal del Consumidor, aplicando la misma Procuraduría lo establecido por el Artículo 86 en sus fracciones I, II y IV además de los Artículos 53 y 54 de la misma ley.

TERCERA.—Adicionar el Artículo 59 Fracc. VIII inciso a) el cual habla de que la Procuradura funge como amigable componedor entre las partes, y que en

el caso en que sean reclamaciones en contra de comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y demás órganos descentralizados, deberá de acudir el reclamante a la Procuraduría Federal del Consumidor, la que pedirá un informe a la persona física o moral contra la que se haya presentado la reclamación. Debería de darse la facilidad al consumidor de que se presentara personalmente o a través de un escrito, dicha presentación de la demanda o queja debería de poder ser presentada sin mayores requisitos como es el caso de que para cuando le es imposible al consumidor acudir a la Procuraduría a presentar su queja, envía a otra persona en su lugar, a la que por lo general se le solicita una carta poder, si el monto no es mayor de \$1,000.00 mil pesos puede ser una carta poder simple, pero si éste excede de la misma cantidad y conforme a la legislación común en su artículo 2476 Fracción I señala que debe constar en escritura pública, lo cual viene a ser gravoso para el consumidor, ya que en la actualidad cualquier objeto que éste adquiere, y por los altos costos de la vida, dicho objeto excede de la mencionada cantidad, y al solicitar ante un notario la expedición de una carta poder, no sería sorpresivo que la carta poder notariada fuese más costosa que el asunto que se va a tramitar en la Procuraduría. En la actualidad un Poder Notarial vara en su costo de los \$6,000.00 a los \$10,000.00, gastos que no podrán hacerse exigibles al proveedor.

CUARTO.—El Artículo 22 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, habla sobre las facultades que tiene la Secretaría de Comercio para fijar las tasas máximas de interés y cargos adicionales que deben hacerse al consumidor en relación al acto o contrato en que se conceda el crédito co-

mo gastos de investigación, cobranza, etc. Esto hasta la fecha no se ha aplicado.

QUINTO.—Aunque la ley hace mención de los términos de garantía para algunos artículos, para otros ni siquiera los menciona y en el momento de recibir quejas sobre estos artículos, se toma presuntivamente una garantía de 6 meses arbitrariamente, por lo que dicha ley debe de establecer términos precisos de garantía, para todos los artículos de consumo, en cada caso específico.

SEXTO.—En el caso del artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se tiene como perfeccionada un venta a domicilio a los 5 días hábiles contados a partir de la fecha del mismo (fecha en la cual éste es firmado por el contratante) pero se da el caso de que por lo general en estas ventas a domicilio, los vendedores de manera dolosa, no informan al consumidor el domicilio, en que pueden hacer la cancelación del contrato, o donde puedan solicitar alguna información al respecto, y por lo general, las personas que hacen adquisiciones de objetos por este sistema son de escasos recursos y que cuentan con un nivel educativo muy bajo y que son sorprendidos por vendedores astutos, y que cuando se presentan ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ya se han agotado los 5 días mencionados para que se tenga como perfeccionada la venta a domicilio y en este caso pueden perder hasta un 25% o 30% en la cancelación del contrato, por lo que en este caso la misma ley de que hemos hablado debería prever un interés más bajo al consumidor, cuando por la rescisión o cancelación de un contrato de venta a domicilio no se mencione lugar y domicilio en que ésta pueda hacerse, incluyendo una multa para el proveedor o prestador de servicios que incurra en esta falta.

SEPTIMO.—Al igual que en la sugerencia anterior, se po-

dría aplicar una sanción semejante en el caso de las ventas a plazos en las que el proveedor o prestador de servicios pasa al domicilio de los consumidores a hacer los cobros correspondientes y que por causas como las anteriores en que no se señala un domicilio para realizar el pago o que también dolosamente y aprovechándose de la buena fe del consumidor, o bien no pasan al domicilio de este último, o bien pasan con retraso a realizar el cobro, con sus respectivos intereses, y en ocasiones hasta gastos de cobranza, o también en el caso en que conociendo los consumidores el lugar en el que deban de realizar su pago, y el proveedor o prestador de servicios no lo acepta mencionando que el cobrador pasará a su domicilio, también debería mencionar la ley una multa para el proveedor o prestador de servicios, sin que el consumidor pague ninguna suma adicional, cuando lo anterior se ha probado por ambas partes.

OCTAVA.—El Artículo 31 de la ley en cuestión y que habla de las responsabilidades por incumplimiento y que el consumidor puede optar por la rescisión o reducción del precio cuando el objeto tenga defectos o vicios ocultos, pero no se señala para qué tipo de bienes es el plazo para que el consumidor haga valer sus derechos en que la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para los usos que habitualmente está destinada, o que desvirtúan de tal modo su calidad o posibilidad o posibilidades de uso que de haberlos conocido el consumidor, no la habría adquirido o habría pagado menos precio por ella. Este artículo habla en general de 6 meses, pero hay objetos que por la misma naturaleza de los mismos, algunos se deterioran o se notan los defectos o vicios ocultos en un plazo mayor de 6 meses.

NOVENA.—El decreto del 13 de enero de 1977, publicado

en esa fecha en el Diario Oficial de la Federación, debería de ser incluido como artículo, a su vez debería de ser de observancia obligatoria, ya que habla sobre los fabricantes y proveedores, respecto de las pólizas de garantía de aparatos electrodomésticos, en cuanto que el Artículo 31 de la ley a la que nos hemos venido refiriendo es el que tiene mayor aplicación en cuanto a la protección de los consumidores respecto de las garantías, ya que el Artículo 31 habla de una garantía mínima de 3 meses mientras que el mencionado decreto habla de un mínimo de un año de garantía, por lo que ésta misma debería de ser aplicada a otros artículos u objetos materia de la compraventa entre los proveedores y consumidores.

DECIMA.—Los juicios arbitrales en la Procuraduría deberían de ser sumarisimos, y de ser posible, lograr la intervención de peritos, dichos peritos pagados por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor. Lo anterior se funda en que de acuerdo al Artículo 50 Fracción V de la Ley de la materia, menciona que deberán de proporcionar las delegaciones asesora gratuita y defensoría de oficio, aquí se debería de incluir también el peritaje gratuito para las partes que se sometan al arbitraje.

UNDECIMA.—Como conclusión de la Quinta Reunión Nacional de Delgados se tuvo que los proyectos de laudo deberían de seguir remitiéndose para su revisión a las oficinas centrales de la Procuraduría, pero con esto se pierde la autonomía en la función de los delegados, lo cual es equiparable a las conclusiones inculpatorias que hace el agente del Ministerio Público, y que tiene que ser ratificados por el Procurador de Justicia.

DECIMASEGUNDA.—No existe en el procedimiento arbitral condenación en gastos y costas cuando la materia de la queja resulta fundada y proceden-

te; siendo muchas veces más oneroso para el consumidor la tramitación del juicio arbitral que la cantidad que pudiera erogar con motivo del vicio o defecto en el Artículo que adquirió del proveedor.

Con la presentación de esta tesis, no se ha pretendido dar a entender que la misma Ley Federal de Protección al Consumidor es un instrumento invulnerable ni perfecto, porque existen también errores en sí misma y en el personal encargado de aplicarla, que de no tenerlos, entonces sí resultaría más beneficiosa, correcta y eficaz en su aplicación.

No obstante lo anterior, tanto el Instituto Nacional del Consumidor como la Procuraduría Federal del Consumidor, son de las dependencias gubernamentales que mejor funcionamiento tienen, además de actuar con mayor eficacia comparadas con otras en relación a los problemas que les son planteados diariamente, en ellos podemos encontrar personas más activas y efectivas en el desempeño de sus funciones, comparándolo con la generalidad de los empleados de gobierno.

Un año de experiencias dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, Delegación Guadalajara, fue el impulso motivador para la realización de la presente tesis.

Por lo anterior, agradezco a todo el personal de la Procuraduría Federal del Consumidor su amabilidad hacia mi persona y muy especialmente al Sr. Primitivo López Alvarez así como al Delegado Lic. Salvador Arroyo Ceja, Lic. Jorge Chamery, Lic. Federico Ernesto Castellanos, Lic. Leopoldo Maciel y Lic. Roberto Macías V., por las facilidades otorgadas para la realización de esta tesis.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- 1.—UNITED STATES GOVERNMENT
Organization Manual 1972-1973.
Office of Federal Register.
National Archives and Records Service.
General Services Administration.
- 2.—LEY FEDERAL DE PROTECCION AL
CONSUMIDOR
Texto original, publicado en el Diario Oficial de la Federación, con fecha 22 de diciembre de 1975.
- 3.—LEY FEDERAL DE PROTECCION AL
CONSUMIDOR
Editorial Porrúa
Edición del 2 de octubre de 1981.
- 4.—CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL
Editorial Porrúa
Edición 1984.
- 5.—CODIGO CIVIL PARA EL ESTADO DE JALISCO
Editorial Porrúa.
Edición 1983.
- 6.—CODIGO DE COMERCIO
Editorial Porrúa.
Edición 1981.
- 7.—EXPOSICION DE MOTIVOS DE LA LEY
FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR
Apuntes de la Dirección General de Administración de la Procuraduría Federal del Consumidor.
- 8.—APUNTES DE LA VI REUNION DE EVALUACION
DE DELEGADOS FEDERALES 1984.
- 9.—ACUERDO DELEGATORIO DE FACULTADES DE
LOS DELEGADOS DE LA PROCURADURIA
FEDERAL DEL CONSUMIDOR.
Publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 27 de febrero de 1978.

10.—DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL CIVIL

Autor: Eduardc Pallares.

Editorial Porrúa.

Sexta edición.

20 de septiembre de 1970.