

21, 233

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
ACATLAN

DERECHO

ANALISIS DE LA CONCILIACION Y EL ARBITRAJE  
ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

T E S I S

QUE PRESENTA

EFREN SERRANO GUZMAN



MEXICO

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

1988



## **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 está 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.

# TESIS CON FALLA DE ORIGEN

INDICE GENERAL .....

ANALISIS DE LA CONCILIACION Y EL ARBITRAJE ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

## CAPITULO PRIMERO

### ANTECEDENTES HISTORICOS

- a).- Antecedentes históricos de la Protección al consumidor.
- b).- Los Mercaderes.
- c).- La protección al consumidor en la Epoca Prehispánica en la Epoca Contemporánea, en el Derecho Positivo Mexicano.

## CAPITULO SEGUNDO

LAS PARTES ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

- a).- Consumidor.
- b).- Proveedor.

### CAPITULO TERCERO

#### LA CONCILIACION Y EL ARBITRAJE EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

- a).- Organos de la Procuraduria Federal del Consumidor.
- b).- Procedimiento establecido en la Ley Federal del Consumidor.
- c).- La Conciliación.
- d).- El Arbitraje.

### CAPITULO CUARTO

#### IRREGULARIDADES EN LA PRACTICA ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

- a).- Práctica de los procedimientos ante la Procuraduria Federal del Consumidor.
- b).- Errores.

### OBJETIVO DE LA TESIS

### CONCLUSIONES.

### BIBLIOGRAFIA BASICA.

Como ya se ha mencionado con anterioridad el movimiento defensor del consumidor, como lo conocemos ahora, tiene sus raíces en los antecedentes mencionados, es satisfactorio constatar que hace ya más de 500 años entre nuestros ilustres ancestros, Los Aztecas, existió también una institución del consumidor; en el Museo Nacional de Antropología e Historia, Sala Mexicana, podemos admirar la reproducción del antiguo mercado Azteca de Tlatelolco, se muestra a los mercaderes con sus variadas mercancías, entre ellas, oro en polvo, el cual expendían dentro de plumas de aves, viendo de frente esa reproducción en el extremo derecho, al fondo, aparecen unos personajes, sentados en sentados sitios, con los homólogos de nuestro Procurador toda proporción guardada, porque además de resolver los conflictos entre productores y consumidores, entre sus funciones contaban la de impartir justicia en relación con todos los conflictos que se suscitaban en el mercado, pudiendo incluso ordenar la detención de aquél a quien se encontrara culpable, mientras tanto no ocurriera persona de su familia, normalmente los padres, para satisfacer la queja presentada, de tal manera impartía justicia el Tlatolani del poderoso Imperio Azteca; justicia pronta y expedita, en el lugar mismo de los hechos.

Se debe rendir un tributo de admiración a aquel pueblo, fundador de la Ciudad de México en 1325, el cual, de un humilde principio como vasallo de los Tecpanecas, se convirtió en el más poderoso Imperio de Mesoamérica, creando un sin fin de Instituciones, entre ellas y en lo que a nosotros nos interesa, la protección al consumidor.

Los comerciantes gozaban de grandes privilegios no solo por su riqueza, sino por los grandes servicios que prestaban con sus informaciones y espionajes para lo que tenían que exponerse a grandes peligros. La muerte de uno de ellos por los habitantes de otros pueblos era considerado tan grave como la de un embajador, cuyas funciones muchas veces le eran confiadas.

Formaban un gremio con estrictas ordenanzas y tenían sus Tribunales en Tlaltelolco. Cuando se disponían a hacer una expedición nombraban un Pochtecatlaloque o jefe de los comerciantes que dirigían la marcha; sacrificaban codornices a los dioses del fuego, de la tierra y de los caminantes y según la costumbre de toda solemnidad en aquel pueblo, se sangraban las orejas y la lengua.

Salían luego llevando como distintivos un bastón negro y un abánico y después de haber recibido instrucciones de su Gobierno a veces necesitaban disfrasarse como los habitantes de los lugares por donde pasaban para no ser hostilizados.

En la época moderna la importancia del crédito al consumidor ha crecido en la medida en que la economía de un país se desarrolla, tal es el caso de nuestro país en las últimas décadas en que se tiene confianza en las operaciones de crédito, ya que en algunas ocasiones con la palabra bastaba sin necesidad de firmar documentos. En sentido general crédito equivale a confianza, aún cuando no existe una definición generalmente aceptada se ha de interpretar como la entrega de un valor actual, ya sea dinero, mercancía o servicios sobre la base de confianza, a cambio de un

valor equivalente esperado en un futuro, existiendo adicional -  
mente un interés pactado.

#### EPOCA CONTEMPORANEA:

Para el día 20 de septiembre de 1975, se efectuó la expo -  
sición de motivos e iniciativa de la Ley Federal de Protección  
al Consumidor pero fué hasta el 5 de Febrero de 1976, cuando en -  
tró en vigor. Para una mayor comprensión de la aplicación de es -  
ta Ley, lo constituye el estudio de los organismos descentraliza -  
dos, que surgen de un contexto: en especial, la Procuraduría Fe -  
deral del Consumidor, institución que tiene como objeto hacer  
viabiles los postulacos de su Ley de origen. (1).

"ORIGENES DEL MERCANTILISMO.- Las primeras manifestaciones  
aparecen desde el siglo XV, ya que desde entonces, y aún antes,  
tenemos como manifestaciones más importantes la avidez por oro,  
el cual constituye el objetivo básico del comerciante, a la par  
que las riquezas en especies y a la constitución del Estado,  
pues se observa que este crece en funciones y obligaciones, aun -  
que claro, aún no puede decidirse que ha aparecido en sus acepco -  
nes modernas,

(1).- "MEMORIA VI, REUNION NACIONAL DE EVALUACION DE DELEGADOS  
FEDERALES".- DEL 22 AL 24 DE MARZO DE 1984.- PAGINA 3.

Otras causas que precipitaron los acontecimientos fueron, en su orden, los grandes descubrimientos Geográficos, el Renacimiento y la Reforma Religiosa". (2).

**EL MOVIMIENTO MUNDIAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.**- La agresividad de los sistemas de comercialización de bienes y servicios fundados en el principio de forzar a los consumidores a adquirir lo que tuvieron la intención de comprar; los elaborados mecanismos utilizados por el gran aparato distribuidor de mercancías y servicios, desarrollados sobre las bases de perseguir al presunto cliente hasta sus habitaciones particulares; la confusa documentación involucrada en las operaciones, particularmente las de bienes raíces, en donde, después de haber forzado al cliente a comprar, se le hace aparecer como si estuviera rogando que se le venda algo; la engañosa publicidad deliberadamente desarrollada, la maliciosa manipulación de las cuentas de intereses y tantas otras maniobras que el gran aparato de la comercialización utiliza para lograr su fin primario, la máxima utilidad, a cambio de la mínima entrega.

Lógicamente, todos esos sistemas de explotación se han originado en los países de mayor desarrollo económico, de donde a su vez, han sido exportados a otros países. Típico de los movimientos dirigidos a ampliar en el campo de operación de los grandes grupos de comercialización, es el otorgamiento de crédito: la fuerza expansiva de tales movimientos

(2).- GOMEZ GRANILLO MCISES.- "BREVE HISTORIA DE LAS DOCTRINAS ECONOMICAS"- EDITORIAL ESPINOSA S.A.- QUINTA EDICION.- MEXICO D.F.- PAGINAS 34 y 35.

no se detienen, ni ante la incapacidad de los presuntos clientes para contratar.

En uno de los países más desarrollados del mundo, desde hace 25 años se inició la práctica de extender tarjetas de crédito a menores de edad. El plan quedó convenientemente disfrazado, con lemas tales como Nuevo Servicio para la Comunidad, lo cual viene hacer el desarrollo del crédito, programa educacional para la Administración del dinero, como saber manejar el hábito crediticio, todo ello por medio de un gran despliegue publicitario que incluso comprendió conferencias en las escuelas y entrevistas con maestros padres de familia.

Siguiendo la táctica publicitaria de calificar a aquellos a quienes va dirigida la publicidad, como los que no son para hacerles creer que mediante la adquisición del producto lo serán, a los niños, no se les llamó niños, sino jóvenes Adultos, jóvenes magnates, Juventud responsable y tantos otros modos de llamarse dirigidos a trastornar la mente del joven magnate quién, del momento en que solicitara su inscripción, podría adquirir a crédito, todos los dulces que quería.

El programa así planteado, en su país en donde todo el mundo vive del crédito y para el crédito, tenía todo el aspecto de un Plan Educacional. Adolecía, sin embargo, de un defecto; todo el plan estaba dirigido a lograr la máxima afiliación sin preocuparse los promotores por incluir en el programa siquiera unas breves recomendaciones acerca de por-

qué no deberían los niños solicitar crédito.

El verdadero objetivo del plan se orientaba hacia la preparación de un enorme grupo de potenciales consumidores quiénes, al llegar a la mayoría de edad, estuvieran listos para iniciar, de inmediato un verdadero endeudamiento, habiendo ya quedado aleccionado, de hecho domesticados, desde su niñez, en las prácticas habituales del crédito, una de las cuales, tal vez la más productiva, consiste en mencionar únicamente los pagos mensuales, sin preocuparse por señalar el total de los intereses, la tasa ni el costo total de la operación.

Nuestra historia termina cuando los padres dieron su negativa para pagar, aduciendo el no haber sido consultados. A esto, los encargados del cobro manifestaron que era cierto y que además sabían que no podrían ganar el caso pero que de todos modos ellos, los padres, tendrían que comparecer en juicio, con evidente perjuicio para su crédito personal. Constituyendo el otorgamiento del crédito uno de los principales medios para incrementar las utilidades. La creciente voracidad de los grandes consorcios los a llevado a crear nuevas y más elaboradas técnicas de penetración, fundadas en estudios psicológicos para aumentar sus ventas, entre personas que nunca habían pensado en adquirir algo, o que incluso ignoran lo que han comprado. Tales estudios permiten ejercer la máxima presión sobre el presunto consumidor.

Los sistemas de ventas más elaborados, incluyen la instalación de jugosas oficinas en donde el incerto futuro vendedor, recibirá un acondicionamiento mental que le hará

saber que Napoleón vendió libros, Onassis cigarros y en, el futuro gigante de las ventas, pronto podrá vender lo que quiera y cuanto quiera, para codearse con sus iguales en ambientes tal lujosos como el que en ese momento vive.

En la escala del acondicionamiento mental a que se sujeta a los incautos o necesitados vendedores, se incluye el capítulo relativo a los requisitos para ser admitidos en tan poderosa organización, requisitos que en su oportunidad serán puntualmente cumplidos o salvados por todos y cada uno de los solicitantes, excepción hecha de quienes no tengan amigos o parientes, ya que en el fondo, a ese sistema de ventas le interesa al vendedor solamente para llegar con facilidad a todos sus parientes y amigos, amigos de los parientes y parientes de los amigos.

Continúa el acondicionamiento y pronto, en la primera semana, según se observa en uno de los procedimientos más elaborados que se practican en nuestro país, el futuro Titán de las ventas, recibirá una invitación a desayunar el domingo temprano, en un restaurante de lujo; al llegar se encontrará con otros, presuntos futuros campeones de las ventas, los que han sido invitados y realizado algunas ventas en alguna de las siguientes formas:

Cuántas ventas han efectuado, a quiénes han visitado, ha ejercido suficiente presión, no será que se equivocaron al aceptarlo, etc.

Cuando el ilusionado o necesitado vendedor, decide finalmente que no es su camino, el de las ventas, habrá dejado tras de sí las operaciones que llegó a concertar con el

hermano, el cuñado y cualquier pariente o amistad de los parientes a quienes les vendió una colección de libros, un condominio, un seguro y una tumba, ninguno de los cuales había tenido la intención de adquirir; mientras tanto la máquina de ventas, en su oportunidad se encargará de hacer cumplir, puntualmente, los contratos, incluso por la Vía Judicial; también seguirá publicando atractivos anuncios solicitando incautos para ocupar puestos Ejecutivos.

Pero además, como el acontecimiento a que se sujeta el vendedor no incluye el del conocimiento del producto o las modalidades del contrato, la venta se habrá realizado bajo el entendido de las condiciones del contrato las cuales difieren totalmente de las explicaciones que se dieron verbalmente y no precisamente por culpa del vendedor podríamos extendernos indefinidamente en la relación de las prácticas comerciales que en la actualidad se siguen en nuestro país, muchas de las cuales, en su desarrollo, incluyen contratos que claramente se advierten son meras traducciones de contratos formulados bajo sistemas jurídicos diversos al nuestro.

Basta, sin embargo, señalar que todas esas prácticas viciadas, las cuales se practican al nivel mundial, han dado origen a una reacción tendiente a equilibrar el gran desajuste que se advierte entre la capacidad del gran aparato de la comercialización y la del consumidor individual, originándose así el movimiento mundial de Protección al Consumidor. Podemos mencionar que a últimas fechas y por el desarrollo industrial de nuestro país, se ha incrementado entre la población el consumo de productos y servicios, ocasionan

do por consiguiente diferentes tipos de problemas, los cuales ameritan solucionarse por parte del Gobierno, mediante un cuerpo de normas que permitan dar una protección más oportuna a toda la ciudadanía. El movimiento de protección al consumidor se ha desarrollado, con más claridad en los Estados Unidos y a su vez en algunos países Latinoamericanos, los que atentos a ésta importante necesidad pública han promulgado también una legislación significativa en éste campo.

LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EL DERECHO POSITIVO  
MEXICANO:

El 20 de Septiembre de 1975, se efectúa la exposición de motivos e iniciativa de la Ley Federal de Protección al Consumidor pero fué hasta el 5 de Febrero de 1976, cuando entró en vigor y fué inaugurada la Procuraduría Federal del Consumidor, y por lo tanto ésta viene a ser el dintel dentro de la justicia en el poder Judicial y la Justicia Administrativa en el Poder Ejecutivo.

"Sus funciones indistintamente de las directas que tiene que cubrir; es colaborar con otros sectores como los de Turismo, Comunicaciones y Salubridad y actuar constantemente ante los Tribunales Superiores de toda la República y de la Suprema Corte" (3).

Para una mayor comprensión de las aplicaciones de la Ley de Protección al Consumidor, lo precisan sus organismos descentralizados, mismos que se mencionan en su contexto; en especial, la Procuraduría Federal del Consumidor, Institu -

(3).- "MEMORIA, VIRIACION NACIONAL DE EVALUACION DE DELEGADOS FEDERALES".- DEL 22 AL 24 DE MARZO DE 1964.

ción que tiene como objeto hacer viables los postulados de su Ley de Origen, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 57 de la Ley que funciona el Instituto Nacional del Consumidor, siendo éste un organismo descentralizado con personalidad Jurídica y Patrimonio Propio, y que trata de orientar y enseñar a los ciudadanos a tener conocimiento de sus derechos, a conocer sus necesidades y demostrarles en forma práctica y accesible como pueden disfrutar más de su poder de compra, para ello se han de aguilatar las características del producto, comparar precios, fijar que la publicidad sea veraz y que esa compra sirva para satisfacer una necesidad real.

Dentro de las múltiples funciones que desarrolla el Instituto, está la de analizar y estudiar al máximo los artículos de venta. DE éste estudio se obtiene toda aquella información que pueda resultar beneficiosa para el consumidor. Esta tarea de recopilar información se realiza utilizando las películas de cortometraje, donde se expone o definen los productos para el público consumidor y vea las características de las mercancías. Y por otra parte también son funciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, según lo estipulado en el artículo 57 de la Ley; mismo que textualmente dice: "artículo 57.- La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propio y con funciones de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora, mediante el ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley". (4), para hacer viables aquellas normas que en aten-

(4),- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985".

ción a sus principios trascendentales, han sido considerados como irrenunciables por el legislador. De esta manera el organismo tiene como fundamental cometido, el resguardo, la observancia y la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Para la consecución de tal finalidad, la Ley confiere a la Procuraduría seis tipos de facultades: de representación; de excitación; de consignación; de propuesta al Ejecutivo Federal y de autoridad; estudio y consulta.

En cuanto a la Facultad de Representación el artículo 59 fracciones I, II y III el organismo patrocina gratuitamente los intereses jurídicos del consumidor, ante toda clase de Autoridades, de dos maneras; individualmente o colectiva, ejerciendo las acciones, recursos, trámites o gestiones procedentes.

La Facultad de Estudio y Consulta según el artículo 59 fracciones IV y XII, la Procuraduría hará resaltar y propondrá las medidas que se encaminen a la protección del consumidor.

Facultad de excitación de acuerdo a lo estipulado en el artículo 59 fracción X y 61, el organismo deberá orientar la función normal de las Autoridades Administrativas competentes, a efecto de que se tomen las medidas idóneas, para combatir, retener, o evitar, prácticas lesivas a los intereses de los consumidores.

La Facultad de Consignación de acuerdo al artículo 59 fracción VI, VII y IX, la Institución denunciara ante las Au-

toridades competentes, las situaciones que siendo de su conocimiento, se traduzcan en violaciones a la Ley; a las disposiciones del artículo 28 Constitucional y sus Leyes reglamentarias, es decir, cuando se presume la existencia o intención de crear prácticas monopólicas y a las Leyes Penales, por hechos que pueden ser constitutivos de delito.

La Facultad Propuesta al Ejecutivo Federal de acuerdo a lo estipulado en el artículo 63 de esta Ley, la Procuraduría someterá a la consideración de este poder, las medidas que juzgue convenientes para regular el contenido de los Contratos de Adhesión, que a su juicio requieran la autorización o aprobación de alguna de las dependencias.

Inquestionablemente, era necesario dar facultades de autoridad a la Procuraduría en razón al árduo y complejo campo de su actividad, por éste motivo, los artículos 59, fracción VIII, 65 y 78 de la Ley, destacan esta investidura al permitirle, respectivamente emitir fallos, recopilar datos e informes, emplear medidas de apremio y practicar visitas de inspección, debiéndose manifestar desde éste momento que referente a esta última atribución se tendrá especial cuidado en su desahogo circunscribiéndola a la Instrumentación de la Queja.

LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MEXICO.- La Ley Federal de Protección al Consumidor y su relación con el movimiento mundial, advertimos, en el contexto general de la obra Ley Federal de Protección al Consumidor, su adecuación a los postulados del movimiento mundial, afirmación que fácilmente se demuestra con el examen de la Iniciativa de la Ley, el Proceso Legislativo y las disposiciones de la misma, consecuente con

esos principios la Ley contempla una serie de funciones, todas de tipo preventivo, como deben ser las medidas destinadas a evitar los ataques del Consumidor: La Ley Mexicana contempla, al mismo tiempo, una función de tipo preventivo: La que ordena a la Procuraduría Federal del Consumidor, procurar la conciliación entre proveedores y consumidores, no es preventiva la medida porque la conciliación, y en su caso el arbitraje, pueden servir para prevenir un juicio pero desde el punto de vista de la protección al consumidor el conflicto ya se actualizó y solamente se procurará remediarlo.

La función conciliatoria muestra entonces una característica que la diferencia de las medidas preventivas; mientras que estas, las preventivas, llevan como finalidad que el conflicto nunca se presente, en función conciliatoria el conflicto ya se generó. Además, mientras que en la función preventiva se persigue el beneficio general, la función conciliatoria solamente resolverá, en el mejor de los casos, un conflicto aislado.

Al comentar la práctica de la Procuraduría Federal del Consumidor, se impone tocar uno de los temas que mayor controversias susciten en la actualidad, el relativo a la bondad de la Ley Federal de Protección al Consumidor y la de intervención de la Procuraduría Federal del Consumidor, la pasión de sus detractores y el entusiasmo de sus defensores suscitan dudas, como hemos visto, la Ley Federal de Protección al Consumidor, no representa un movimiento aislado. Responde a una corriente mundial ya explicada, inscrita dentro del ámbito del

Derecho Social; y sus postulados se orientan hacia la defensa del consumidor y, el mejoramiento de las relaciones entre consumidores y proveedores, procurando el bienestar de estos primeros, además de reconocer la necesidad de proteger también al pequeño y mediano comerciante.

El desconocimiento de los principios que informan la protección al consumidor, ha llevado a la autoridad a una desordenada conducta cuya única finalidad, al parecer, ha sido la de procurar que a sus oficinas concurra el mayor número de personas, por ser único medio que el legislador puso a su disposición para ellos, es el de citar, compulsivamente, a la audiencia de conciliación ya que es el procedimiento de invitar al público, a través de los medios de comunicación masiva, a que presenten sus quejas para posteriormente citar, bajo apercibimiento de multa, a todos los proveedores.

Si a lo anterior agregamos el principio de la Procuraduría no expresado, pero evidente en sus actuaciones, de que el consumidor siempre tiene la razón, se comprenderá el porqué muchos consumidores cuyas quejas son fundadas, han quedado gratamente sorprendidos al advertir la enérgica actitud de la Procuraduría al resolver sus casos, contra proveedores de buena fé, en el caso de quejas infundadas o improcedentes, se resienten de la arbitraria conducta de la Procuraduría al tratar de imponerles una solución favorable al consumidor, no obstante su notoria improcedencia. A ésta cáustica situación debemos agregar el caso de los consumidores que, conociendo tal desorden, han hecho un modus vivendi de la presentación de las reclamaciones improcedentes. Por otra parte también existe el caso de los proveedores de mala fé que por una parte de-

fraudan al consumidor, y en la Audiencia de Conciliación, lo neutralizan.

La tramitación de asuntos en los cuales no existe el vínculo Proveedor-Consumidor, es también causa de inconformidad ya que, no obstante, la notoria improcedencia, el proveedor será citado una y otra vez y a las encontradas opiniones del público, debemos agregar las de la misma autoridad, la cual, a través de los medios de difusión, se ha manifestado, de manera uniforme, en el sentido de que es lamentable que la Ley no le proporcione más elementos de presión, es de suponerse, pero que ya se encargan de proponer reformas que conviertan en obligatorio el arbitraje de la Procuraduría.

De la comparación entre lo ordenado por la Ley y la práctica de la Procuraduría Federal del Consumidor, al otorgar una exagerada atención a la fase conciliatoria, al grado de canalizar hacia dicho estadio toda clase de denuncias, quejas, reclamaciones, sugerencias y acusaciones del público.

Como se puede constatar en el informe de labores de la Procuraduría Federal del Consumidor de febrero de 1982, profusamente distribuido, en el cual respecto de la audiencia, se proporcionan los siguientes datos contradictorios:

"La labor operativa, ha computado a la fecha 3,011,000 problemas presentados por los consumidores en Enero y Febrero de 1982, mediante el trámite conciliatorio, hoja 2".

"La labor de conciliación ha ventilado más de 1,300,000 audiencias hoja 3 y el promedio diario de captación en el país es de 3,250 asuntos, celebrándose su resolución más de 800 audiencias

por día hoja 7". (5).

Como el informe es omiso ya que no indica a qué período se refieren las cifras, lo cual probablemente explique las condiciones, resulta imposible señalar la magnitud del desequilibrio. Independientemente del lapso en el que se hayan practicado, incluso se comprenden las cifras a partir del nacimiento de la Procuraduría, son demasiadas audiencias y escasos los resultados. "En el mismo informe, el organismo protector del consumidor reconoce que, solamente en el renglón de adquisición de viviendas, se han tramitado, tampoco indica en que lapso, más de 200,000 asuntos, que se tramitaron, pero cuyo resultado final se desconoce, doscientos mil casos aislados que, saltan a la vista, ningún efecto habrán tenido en la corrección de los vicios que los originaron, los cuales son solamente de adquisición de viviendas, casas, condominios, terrenos." hoja 5 (6).

Doscientos mil problemas en relación con los cuales podemos suponer que la mitad de los consumidores quedaron satisfechos, pero los otros cien mil probablemente renieguen de la Ley de un sistema que lejos de corregir los vicios se limita a citar a una audiencia.

(5).- "INFORME DE ACTIVIDADES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR" DE FEBRERO DE 1982.

(6).- "INFORME DE ACTIVIDADES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR" DE FEBRERO DE 1982.

La Legislación y jurisprudencia norteamericana ha ido más lejos al hablar de una responsabilidad del producto, imponiendo al fabricante a favor del consumidor, no sólo el respeto a garantías explícitas o expresas, es decir, que la cosa sea conforme a lo pactado y no tenga vicios ocultos, sino también el responder con lo que denomina garantías implícitas, o que el producto que se adquiere cumpla con el fin a que está destinado y no tenga un funcionamiento impropio.

En nuestro Derecho gran parte de estos principios han quedado consignados en el Código Civil para el Distrito Federal, como se puede desprender del análisis de los artículos 1913 y 1932, que "regulan la responsabilidad objetiva por el uso de mecanismos, instrumentos, aparatos o sustancias peligrosas o por el daño que en hechos o casos semejantes, ocasionen al propietario de los mismos y finalmente, en los artículos 1923 y 1924, que regulan la llamada responsabilidad objetiva del empresario y del producto". (7).

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, el principio de que no hay responsabilidad sin culpa sufre serias restricciones y derogaciones, a través de los artículos 31, 33 y 34.

El artículo 31 concede al consumidor el derecho de optar por la rescisión del contrato o bien la reducción del precio y en cualquier caso, la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios

(7).- CRUZ PONCE LISANDRO Y LEYVA GABRIEL.- "CÓDIGO CIVIL PARA

EL DISTRITO FEDERAL.-

RAMA COLECCION TRU

MIS CHAPULTPEC.-

MEXICO D.F.- 1978.

ocultos que la hagan impropia para los usos a que habitualmente se destinen o que disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad de su uso, que de haberlos conocido el consumidor no la habría adquirido o habría dado menos precio por ella.

De la disposición anterior desprendemos que nuestra Legislación reconoce la responsabilidad objetiva del producto y la obligación del proveedor de responder no solo por las garantías expresas sino por las implícitas como lo hacen en el derecho norteamericano. Asimismo, esta responsabilidad nace con independencia del conocimiento de los vicios ocultos o defectos por parte del enajenante.

Los artículos 33 y 34, conceden al consumidor en contra del vendedor o fabricante indistintamente, acción de indemnización, reparación gratuita del bien, reposición del mismo o la devolución del precio, si el producto no es apto para el uso al cual está destinado o no reúne los requisitos y especificaciones acordadas.

El artículo 34 señala que el vendedor o fabricante puede rehusarse a satisfacer la reclamación por las siguientes causas:

- a).- Si se hace extemporáneamente dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se recibió el producto.
- b).- Si el producto ha sido usado en condiciones distintas a las normales.
- c).- Si esta ha sufrido un deterioro esencial, irreparable y grave por causas atribuibles al consumidor.

Ausentes estas razones, el consumidor puede exigir la responsabilidad sin necesidad de probar dolo, negligencia o culpa.

enajenante o fabricante.

La Ley dá a la Procuraduría Federal del Consumidor, en el artículo 63, la facultad de vigilar que los contratos de adhesión no contengan cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o les impongan obligaciones inequitativas, la facultad correlativa de gestionar la modificación de las cláusulas que establezcan dichas prestaciones o impongan tales obligaciones y la facultad de demandar ante la autoridad judicial la nulidad de las cláusulas en cuestión, el texto de éste artículo es confuso ya que para su interpretación son necesarias una serie de consideraciones a fin de comprender el alcance y trascendencia de lo que dispone en beneficio de los consumidores

En efecto antes de pasar a cualquier estudio hay que entender que quiso decir el Legislador con el concepto vigilar, y nos encontramos con la definición que de dicho concepto nos da el DICCIONARIO LAROUSSE "Velar sobre una cosa, cuidar muy bien de ella", por lo que dicha facultad de vigilar deberá entenderse como el acto, a través del cual la Procuraduría Federal del Consumidor, velará o cuidará que los proveedores de bienes o prestadores de servicios no establezcan en los contratos de adhesión cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o les impongan obligaciones inequitativas.

En efecto la Constitución da al Congreso en la "fracción X, del artículo 73 la facultad genérica de legislar en materia de comercio", por lo que debemos analizar lo que quiso decir el Legislador con dicho concepto, para así llegar a la comprensión de la legitimidad o ilegitimidad de dar a un ór-

gano descentralizado una facultad propia de la autoridad administrativa. (8).

Ni en el Código de Comercio, ni en ningún otro cuerpo Legislativo se da un concepto de lo que debe entenderse por comercio.

El ordenamiento antes referido a través de su artículo 75 únicamente enumera ciertos actos de comercio, en sus fracciones I, II, III, maneja los conceptos enajenaciones, adquisiciones, alquileres y compra-venta conceptos que no notamos con los tradicionales de comercio; en sus fracciones IX y XII a XXIV, maneja conceptos que están relacionados con actos concretos como los contratos, los depósitos etc., y en sus fracciones de la V a la XI, manejan el concepto de empresa que nos hace pensar en considerar como actos de comercio una serie de actos que se configuran dentro de tal concepto.

Los economistas distinguen en el proceso económico cuatro fases fundamentales que son: La producción, la circulación y la repartición o distribución y el consumo y ubican generalmente estas cuatro fases en el concepto genérico moderno de empresa tomando en consideración que en la actualidad en su gran mayoría las empresas están organizadas para poder actuar en cada una de dichas fases. Hay también empresas que únicamente actúan dentro de algunas de las fases del proceso económico.

La economía doméstica es la utilidad consumidora básica de la vida económica. La empresa es la unidad productora bá -

(8).- MORENO PADILLA JAVIER.- "CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS".-

EDITORIAL TRILLAS.- CUARTA EDICION.- MEXICO D.F.. 1987.

sica de la vida económica puede ser una fábrica de acero, o una granja, lo característico de la empresa, cualquiera que sea la forma de organización económica, es que consiste en una colección de recursos reunidos bajo una dirección central para la producción de uno o varios bienes particulares. El corazón de la corriente circular es el movimiento de servicios productivos (tierra, trabajo, capital y gerencia) de las economías domésticas a las empresas y el movimiento inverso de bienes y servicios de las empresas a las economías domésticas.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, en sus artículos 2 y 3, este último que ha sido reformado y publicado en el diario oficial del 7 de Febrero de 1985, los cuales han venido a actualizar el concepto genérico de comercio de la fracción X del artículo 73 Constitucional, al tomar en cuenta todas las fases del proceso económico sometiendo al cumplimiento de la Ley a los Industriales que representen la fase de la producción, a los comerciantes y prestadores de servicios que presentan las fases de la circulación y distribución y a los consumidores que representan el último eslabon de la cadena dentro del proceso económico. Lo anterior nos hace pensar en la facultad del legislador para poder legislar en materia de protección al consumidor con fundamento en el concepto integral de comercio que nos proporciona la fracción X del artículo 73 Constitucional y que viene a actualizar el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Establecida la Constitucionalidad de la Ley, falta establecer la Constitucionalidad de la Procuraduría Federal del

del Consumidor. El Profesor Gabino Fraga, en su tratado de Derecho Administrativo, define a la descentralización como una forma de organización administrativa al lado del régimen de centralización que consiste en confirmar la realización de algunas actividades administrativas a órganos que guarden con la Administración Central una relación que no es la de jerarquía y si bien en ninguna de las fracciones del artículo 73 Constitucional, ni en ninguna otra parte de la Constitución se dá al Congreso facultad para crear órganos descentralizados, el artículo 123 en su fracción XXXI, hace mención en forma expresa de la existencia en nuestro régimen de Derecho, de dicha forma de organización, por lo que debemos considerar que si bien no hay facultad implícita ya que no pueden existir sin que antes preceda un acto de creación de los mismos.

Tenemos, pues, en nuestro Derecho Constitucional un sistema estricto que recluye a los poderes Federales dentro de una zona perfectamente ceñida. Sin embargo, existe en la Constitución un precepto, que es una manera de puerta de escape por donde los Poderes Federales están en posibilidad de salir de su encierro para ejercitar facultades que según el rígido sistema del artículo 124, deben pertenecer en términos generales a los Estados.

Nos referimos a la fracción XXX, del artículo 73, que consagra las comunmente llamadas facultades implícitas, mientras que las facultades explícitas son las conferidas por la Constitución a cualquiera de los Poderes Federales, concreta y determinadamente en alguna materia, las facultades implícitas son las que el Poder Legislativo puede concederse así mis

mo o cualquiera de los otros Poderes Federales como medio necesario para ejercitar alguna de las facultades explícitas.

El otorgamiento de una facultad implícita sólo puede justificarse cuando se reúnen los siguientes requisitos:

- a).- La existencia de una facultad explícita que por sí sola no podría ejercitarse;
- b).- La relación de medio necesario respecto a fin, entre la facultad implícita y el ejercicio de las facultades explícitas, de suerte que sin la primera no podría alcanzarse el uso de la segunda;
- c).- El reconocimiento por el Congreso de la Unión de la necesidad de la facultad implícita y su otorgamiento en el mismo Congreso al poder que de ella necesite.

El primer requisito engendra la consecuencia de que la facultad implícita no es autónoma, pues depende de una facultad principal, a la que está subordinada y sin la cual no existiría.

El segundo requisito presupone que la facultad explícita quedaría inútil estéril, en calidad de letra muerta, si su ejercicio no se actualizara por medio de la facultad implícita de aquí surge la relación de necesidad entre una y otra.

El tercer requisito significa que ni el Poder Ejecutivo ni el Judicial pueden conferirse así mismo las facultades indispensables para emplear las que la Constitución les concede, pues tiene que recibirlas del Poder Legislativo; en cambio, este poder no sólo otorga a los otros las facultades implícitas, sino que también se las da así mismo.

## CAPITULO SEGUNDO

### LAS PARTES ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

#### a).- CONSUMIDOR: .

Es conveniente recordar al consumidor que todos somos consumidores y proveedores y que la Ley Federal de Protección al Consumidor es un instrumento jurídico que recoge los principios uniformes del movimiento mundial de protección al consumidor, y otro de los postulados del movimiento protector del consumidor descansa en la recomendación para que en cada país en donde se instituye el movimiento protector, se establezca un organismo fuerte, dedicado a procurar esa protección. El Legislador Mexicano creó tal organismo, al cual atribuyó, entre doce funciones preventivas, una no preventiva, en la audiencia de conciliación, dedicada a obtener la conciliación de las partes, mediante el llamamiento para concurrir a una audiencia de conciliación.

Para que el consumidor pueda obtener el beneficio pleno de esta importante medida, debe hacérsele la misma recomendación que al proveedor, esto es, la de tener conciencia de que se trata de un intento conciliatorio y que no existe la posibilidad de que la Procuraduría Federal del Consumidor, puede imponer a ninguna de las partes, legalmente, medida alguna para resolver el conflicto, a menos de que éstas decidieren nombrarla árbitro de la controversia.

El beneficio propio, es necesario entonces que el consumidor se convenza de que participará en un intento conciliatorio y no en un ataque al proveedor, es lamentable, por otra parte, que la Procuraduría Federal del Consumidor, no adecúe

sus movimientos publicitarios al contenido de otra norma municipal que propugna la transparencia de la información publicitaria; alguno de los que se refieren a la entidad protectora del consumidor, destinados a aumentar, no podía ser de otra manera el número de audiencias de conciliación, llevar un mensaje que hace suponer al consumidor que la función de la Procuraduría durante la audiencia de conciliación, será la de defenderlos, es una publicidad que empieza con el lema "papelitos hablan", que crea la idea de que si un consumidor concurre a la Procuraduría Federal del Consumidor, con ciertos papelitos como pueden ser facturas, garantías, etc., sus pretensiones serán cabalmente cumplidas, lo que en sí lleva la advertencia de que si no comparece con otros papelitos que hablan, no espere ningún resultado satisfactorio.

Otra realidad es que la Ley no ordena a la Procuraduría Federal del Consumidor, tomar la representación individual de los consumidores, excepción hecha de aquellos casos cuya solución pudiera trascender al tratamiento de intereses colectivos según el artículo 59 fracción III, la cual constituye la excepción, tampoco previó el Legislador una defensa como un ataque dirigido hacia el proveedor o una representación de los intereses del consumidor, sino una simple exhortación a las partes; de otro modo la Procuraduría Federal del Consumidor, sería un organismo contra el proveedor.

El proceso que creó la Procuraduría Federal del Consumidor, vemos que inicialmente se propuso la denominación de la Procuraduría Federal para la defensa del Consumidor; en el curso del proceso Legislativo se modificó tal denominación para quedar como ahora la conocemos, así la actividad de la Pro-

curaduría Federal del Consumidor dentro del marco legal que el Legislador desarrolló para el caso de la función conciliatoria, examinemos las posibilidades de tal gestión, ya que el consumidor no participará en una contienda, el valor fundamental de la audiencia de conciliación radica en el hecho de la citación al proveedor para que comparezca, bajo apercibimiento de multa, para el caso de no comparecer a la Audiencia de Conciliación.

En la práctica, el sólo hecho de ser citado por la Autoridad, produce el efecto de que muchos proveedores que inicialmente se negaron a cualquier arreglo, rectifican su determinación y concilien finalmente sus intereses, para lo cual es necesario diferir la audiencia de conciliación, razonablemente utilizada, puede servir al fin de lograr una conciliación, cuando medie el espíritu conciliador de ambas partes y con la intervención del conciliador es también de capital importancia para lograr el avenimiento de las partes, orientándolas adecuadamente respecto de sus derechos y sus obligaciones, esta intervención, equilibrada e inteligente del conciliador, justo es reconocerlo, no requiere de la coacción estricta del Derecho sino del sentido común.

Si definitivamente no existe la posibilidad de lograr la Conciliación, lo cual es fácilmente advertible desde la primera audiencia, es preferible abandonar el intento conciliatorio y, según la importancia que para el consumidor tenga el negocio, tomar la determinación de recurrir a los Tribunales Competentes, o de ser más cauto para otra ocasión, como ejemplo de los perjuicios que el consumidor puede resentir al en-

trar en el juego de las diferenciones innecesarias de las audiencias, puede examinarse el caso de las quejas presentadas en contra de compañías aseguradoras con motivo de un contrato de seguro, en relación con los cuales la Procuraduría Federal del Consumidor, sostiene, equivocadamente, ser competente; mientras se realicen la serie de audiencias, la cual puede fácilmente durar dos años, habrán transcurrido la totalidad o la mayor parte del término para la prescripción, según lo establece el artículo 81, de la Ley sobre el Contrato de Seguros que a la letra dice "Todas las acciones que se derivan de un contrato de seguro, prescribirán en dos años, contados desde la fecha del acontecimiento que les dió origen. Como la Procuraduría Federal del Consumidor, no es autoridad competente para conocer de tales quejas o reclamaciones, la gestión realizada ante ella, no interrumpirá la prescripción.

La definición que la Ley da del Término consumidor, para determinar según el artículo 30. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el cual textualmente dice "Para los efectos de esta Ley por consumidor se entiende a quién contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios". (9), pero no es suficiente es preciso ubicarlo en la connotación social, económica y cultural, que el término tiene en nuestra actual forma de pensamiento, no basta un entendimiento formal. La expresión consumidor no denota de primera intención, nada especial que sea distinto en el lenguaje ordinario y aún en el jurídico, a quién en general compra, adquiere o usa;

(9).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR".

siempre se ha comprado, poseído disfrutado, gastado y sin embargo, no se consumía en el sentido en que este término y los de consumo y consumidor se maneja actualmente, que con ellos se hace referencia ahora a todo un complejo social, económico y cultural.

Dicho complejo social se engloba en lo que se llama sociedad de consumo o civilización de consumo, expresiones que dan toda una forma de vida colectiva con manifestaciones económicas, sociales, culturales, psicológicas, y hasta políticas que se conectan con fenómenos vigentes, como la industrialización, la producción en serie, la masificación, la codificación, la publicidad y los medios masivos de comunicación como los más relevantes.

Cuando en la actualidad se habla de sociedad de consumo o de civilización de consumo, se hace en sentido peyorativo de la organización que fuerzan al individuo a consumir más allá de sus necesidades y, para mantenerse en la definición, se dice que crean necesidades de consumo por medios artificiales. La cuestión tiene un aspecto económico social y otro psicológico. Es de suponerse que un individuo con sus necesidades cubiertas suficientemente, decidiría a limitarse a su trabajo, lo cual provocaría la limitación de las ventas de mercancías y con ello se resentirían los beneficios de la industria y del comercio. La invitación al consumo tiende pues, a evitar este estado de cosas, siendo una de sus armas principales, como se manifiesta con anterioridad, la publicidad, el crédito y la conversión de

las mercancías establecen perecederas.

La clase consumidora la constituye la población toda, integrada por el conjunto de individuos, hombres, mujeres, niños, jóvenes, o ancianos, que componen la masa, esto es la pura cantidad, acumulación o conglomerado de individuos sin trabazón interna y sin forma externa, implica la homogeneidad de sus partes componentes, son las gentes que oyen en la radio, o ven en la televisión, en distintas partes del país del mundo, los mismos eventos, escuchan y ven los mismos mensajes, anuncios o comerciales, leen los mismos periódicos o revistas, son los que compran, usan, consumen cuantos objetos se lanzan al mercado, siempre sustituyendolos por lo de moda y nuevos, las características de ésta clase consumidora masiva son la uniformidad, su carencia de estructura propia, la manipulación que de ella se hace desde afuera, la falta de responsabilidad que resulta de que es dirigida desde afuera y de su condicionamiento por los medios masivos de publicidad más que de información.

En lo que respecta a los artículos de consumo se puede decir lo siguiente; en el sistema de los objetos, la civilización urbana es testigo de como se suceden a ritmo acelerado las generaciones de productos, de aparatos, los objetos cotidianos satisfacen, las necesidades se multiplican, la producción acelera su nacimiento y muerte, nos falta un vocabulario para nombrarlo.

Como se puede ver se realiza un extraordinario desarrollo del sistema que pretende hallar para el universo de objetos que materialmente nos ha invadido en ésta sociedad enajenada en razón del proceso de codificación; como pueden

ser los automóviles, refrigeradores, lavadoras, licuadoras batidoras, televisores, relojes, muebles, alfombras, prendas de vestir de todo índole, jabones detergentes, lociones, productos embellecedores, cosméticos, jugos, casas, terrenos, productos farmacéuticos, licores, tabacos, etc., ya que la imaginación no tiene límites para concebir tantas cosas útiles o inútiles, buenas o malas, eficaces o ineficaces, esenciales o accesorias, que todos los días, en todas las partes, se encuentren al alcance de las posibilidades de cualquier persona, todo esto lo tocamos, usamos, tenemos, consumimos, se renuevan, cambian, se producen, nacen y se extinguen, sin ningún orden y en forma totalmente irracional, como puede decirse que la vida de un hombre transcurriría con ciertos objetos que habría venido adquiriendo lentamente, con su trabajo y ahorro, a lo largo de su ciclo vital y que le sobrevivían, ahora el mismo hombre consume en el curso de su vida innumerables cosas, la particular cualidad es la que concierne a los objetos de consumo en éste tipo de sociedad, es su destino perecedero en términos que permitan su situación por otros de nueva producción, a efecto de que el proceso no llegue a parecer, resultado que se obtiene por la manipulación de la moda, que en pocos tiempos dejó fuera anteriores modelos adquiridos.

En razón de irse adquiriendo un marco mayor de desenvolvimiento, por el aumento de la población, por los progresos de la técnica y por otros muy variados factores, el Estado va interviniendo con un ritmo acelerado en las actividades económicas, tanto por requerirle el cumplimiento

de sus fines políticos, como porque con el aumento de las necesidades generales, nuevas finalidades se agregan a las primitivas y para satisfacer eficazmente tales necesidades, procede comentar las actividades, bien completándolas o supliéndolas, o atribuyéndose la prestación de servicios públicos. En la actualidad el Estado ha agregado a sus finalidades anteriores, las que estructuran la sociedad de acuerdo con un ideal de justicia, de justicia social que naturalmente demandan una serie de atribuciones que convierten al Estado en un Estado social de Derecho cuyo problema fundamental es el de conciliar la libertad del individuo con las exigencias de la seguridad social.

Ahora bien, en cuanto al consumo del artículo y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas, al consumirse, la utilidad de los productos y servicios ordinarios se destruyen o alteran, existiendo dos tipos básicos de consumo los cuales son: El mercado industrial y mercado de consumo.

El mercado industrial se encuentra formado por todas las empresas industriales y comerciales; por lo que respecta al mercado de consumo lo forma el público en general que individualmente consume productos o servicios para su consumo personal. Los dos lemas clásicos; El cliente siempre tiene la razón, y el segundo que hace sobresalir más la importancia del cliente, de a la dama lo que quiera, dando un énfasis contemporáneo y colocando la satisfacción del consumidor en el centro mismo del universo de las actividades, por lo que, es conveniente hacer una distinción entre lo que se

entiende por economía del consumidor y la economía de consumo propiamente dicha, la primera es la satisfacción del consumidor, siendo la motivación dominante, en cuanto a la segunda se puede decir que consiste en que el vendedor intenta maximizar sus utilidades obteniendo un alto volumen de ventas. En otras palabras, el consumidor final desempeña un doble papel en el mercado; de crítico y de árbitro potencial de los métodos de mercados pudiendo ejercer una influencia controladora sobre los productos y los métodos de mercado por un propio interés, en la práctica se encuentra sometido a una presión indebida y a prácticas engañosas, es decir, el consumidor no hace oír su voz con tanta decisión como podría esperarse, ya que los deseos por parte del vendedor de obtener utilidades y los hábitos de compra del consumidor contrarrestan estos factores que hacen que el consumidor se convierta en un crítico.

Por otra parte existe la corriente que afirma que la competencia es el medio más conveniente para erradicar la presión indebida que se ejerce, la que anima la actividad de "llegar primero con lo mejor". Por lo que respecta a la ganancia se encuentra en tal promoción por lo que puede ser de corta duración y también puede contener su propia destrucción. La competencia viene a ser la estimulación que anima al consumidor y la publicidad engañosa. Un factor significativo en la actividad de quienes defienden vigorosamente los intereses de los consumidores es una incapacidad para ver la competencia como una medida de control, consideran implícitamente que la utilidad esta motivada y que no puede transformarse adecuadamen-

te para que se ajuste al mejor interés del consumidor.

En cuanto a los que defienden la responsabilidad del consumidor propugnan por una mayor iniciativa en determinar lo que se produce y se comercializa, así como lo que se debe consumir; esta orientación parece inevitable debido a las siguientes causas:

a).- El comercio es progresivo y competitivo que se le obliga a ser más efectivo en el suministro de proporcionar una satisfacción creciente al consumidor.

b).- Ahora muchos consumidores tienen el tiempo y el dinero disponible que les hacen posible dedicar mayor atención a sus papeles como consumidores. Es así que en el ambiente evolutivo de la sección, es para el mejor interés mercantil el mover los productos a través de los canales de ventas con un mínimo de resistencia. La aceptación de un producto se alcanza como resultado de las selecciones hechas por los consumidores individuales. Las estrategias publicitarias y de ventas deben tomar en cuenta la naturaleza fundamental de las selecciones individuales y que muy probablemente los productos alcanzarán la aceptación por parte de los consumidores.

Conforme crece el mercado de consumidores de ingresos medianos se vuelve más estable y homogéneo y va diferenciándose progresivamente a base del escenario del ciclo familiar. Así que a la libertad de elección para los gastos aumenta en forma tangible por los ingresos y tiempos discrecionales, haciéndose sentir más conscientemente entre los consumidores la

necesidad de criterios explícitos de juicios, de modo que al aumentar los ingresos y la holganza, no sólo se satisfacen más plenamente las viejas apetencias sino que se crean otras nuevas.

Por lo que se manifiesta la necesidad de unificación por medio de un estilo satisfactorio y coherente de vida, basada en criterios estéticos más bien que económicos. Así también, se establecen gracias a la autonomía de los consumidores, un renovado estilo como algo que pertenece a las personas y grupos específicos. Al nacer la evolución del estilo en el gasto y se vaya haciendo más conciente y crítico del consumidor, la dirección para la creación y propagación de estilos irá surgiendo entre los propios consumidores un sentido independiente de los consejeros. Conforme aumente la autonomía de los consumidores, surge cierta variedad de organizaciones por medio de las cuales el consumidor podrá ejercer su poder en los mercados.

En la actualidad no existe un movimiento organizado de consumidores en nuestro país, sin embargo, el Instituto Nacional del Consumidor desde su fundación ha estado presen - tando el punto de vista del consumidor tanto a los fabricantes como a todos aquellos organismos gubernamentales que en un momento dado prestan servicios a la comunidad. Es de su - ponerse que el Instituto Nacional del Consumidor debe jugar un papel más activo en el futuro para determinar que pro - ductos, tipo de empaque, marca y precio, así como que pu - blicidad es utilizada para lanzar un nuevo producto a la venta.

La carencia de una organización de consumidores es uno de los factores que constituyen el nacimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Por otro lado, no se han cumplido aún, los propósitos de esta Legislación desde su promulgación hasta la fecha, esta norma se ha aplicado en la medida en que el organismo creado para tal efecto ha desarrollado, una labor de convencimiento entre la población consumidora, así como también con los proveedores.

Para aplicar esta Ley, la Procuraduría Federal del Consumidor es auxiliada por los distintos organismos que directa o indirectamente intervienen en la relación individual con los consumidores, tales como: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Educación Pública etc. y todos aquellos que en forma directa tienen contacto real con los consumidores.

Por otro lado al formular la pregunta sobre que es una sociedad de consumo se puede contestar en cierto momento histórico, el consumo se expone como necesidad absoluta del género humano, ya que es preciso que se produzcan bienes de consumo y que el salario del trabajador sea suficiente para consumir. En toda la historia de la humanidad el consumo, siempre ha sido una necesidad hasta la época actual en que se ha convertido en el pivote de la sociedad industrial.

Por lo tanto se mencionan rasgos generales de este fenómeno en el proceso de la abundancia de objetos y que conduce a la necesidad de promover ante la población que los consume constituyendo por lo tanto los elementos de la relación producción-consumo.

Por lo que respecta a la producción tenemos la clase

productora, fabricante, industrial, comerciante etc., contando con formas intensas de organización del trabajo y de la productividad y teniendo como propósito la creación de beneficios para la empresa. Y en cuanto al Consumo, se encuentra la clase consumidora que viene a ser la población en general estando integrada por el conjunto de individuos: hombres, mujeres, niños, jóvenes, y ancianos que componen un conglomerado sin trabazón interna y sin forma externa, esto implica la homogeneidad de sus partes componentes o cuando menos, la insignificancia de las diferencias que pudiera existir.

Otro aspecto que se debe analizar es el producto del consumo, esto es, nos hemos de referir a los objetos de que se trata en relación con los fenómenos Producción-Consumo, entre los sujetos clase productora y clase consumidora. La civilización urbana es testigo de cómo objetos de uso cotidiano proliferan, las necesidades se multiplican y la producción acelera su nacimiento y su muerte. En este proceso nos vemos invadidos por una multiplicidad de cosas: consolas televisores, relojes, vasos, mesas, libreros, jabones, ropa, periódicos, revistas, libros etc., y la imaginación no tiene límites para concebir tantas cosas útiles o inútiles, buenas o malas, eficaces o ineficaces, esenciales o accesorias que a diario usamos, es decir, tenemos que consumirlas, si bien es cierto que antes el hombre por medio de su trabajo y ahorro adquiría algunos artículos sobreviviendo éstos después de que dejaban de existir. En cambio, hoy todos los productos son perecederos y el hombre debe consumirlos pa-

ra poder seguir subsistiendo.

Por lo que respecta a la multiplicidad de elementos que intervienen a fin de que el hombre consuma tenemos a la publicidad mediante la que se proporciona toda aquella información respecto al producto o servicio que el fabricante o consumidor desean que se consuma.

Otro de los elementos de la Sociedad de Consumo, lo es el crédito del cual se desprende lo siguiente: La financiación junto con la publicidad, es el evento que permite adelantar la idea de la felicidad en este mundo. Ocurre que el crédito se sobreentiende como un derecho del consumidor y en el fondo se concibe como el derecho económico del ciudadano.

Toda vez que se ha fijado la realidad social de que se ocupa la Ley que estudiamos, ha de examinarse la importancia de ella.

Cabe señalar que es muy importante que los gobernantes tienen como obligación fundamental para legitimar su actuación aquella que consiste en encontrar los ánimos más idóneos para impartir justicia. Esta labor se ha de reflejar en las Instituciones, en las necesidades, en las inquietudes del grupo humano que conforman el territorio como un resultado de la aspiración de conjugarse política, social y económicamente lo que con lleva a una federación. Esto conduce a la realización de un estudio sistemático desde tres puntos de vista que por su intervención causa efecto, son coincidentes: El

Político, Económico, Social y por ende, el Jurídico.

Para apreciar correctamente la necesidad de la población consumidora se puede observar en forma indubitable que satisfactores permiten el progreso de la vida nacional. De ahí que se comprenda de las causas y el origen de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Por lo que respecta a nuestro país se ha alcanzado en los últimos años un alto grado de desarrollo industrial, el cual ha incidido en las distintas clases sociales que participan en la sociedad de consumo, pero las mismas carecen de la protección de una legislación apropiada y de un espíritu crítico de las condiciones ambientales en que el individuo se desenvuelve dentro de la economía llamada de mercado.

Existen prácticas negativas de comerciantes, industria - les que abarcan desde el dolo y la mala fé, jurídicamente hablando, haciendo mal uso de la publicidad para realizar sus actividades ilícitas, Esta situación se agrava en las últimas décadas a consecuencia de la inestabilidad Política, Económica, Social y Jurídica en que se vive en el mundo entero.

Constantemente se presentan en forma genuina las necesidades populares en la actividad política donde se realizan, correspondiendo a la Ciencia Jurídica, la misión de trasladar al campo del deber ser, lo que la Política de la realidad Social y en su función, ha captado y considerado como un valor. Es en este sentido, que la Ley Federal de Protección al Consumidor, adquiere una marcada importancia jurídica para el país, mediante la incorporación al seno del Derecho

Positivo, de nuevas disposiciones legales tutelares de los ciudadanos.

Para una mejor comprensión de la aplicabilidad práctica de esta norma, es oportuno dar una breve explicación de las distintas etapas en que fundamentalmente se ha dividido: los sujetos de normatividad, las materias que regula, los organismos descentralizados que genera, y su mecánica Jurídica Administrativa.

En cuanto a la primera se puede decir que la Ley expresamente a través de su artículo 2o. y 3o. contrae sus efectos en razón a su cumplimiento y objeto, a los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y consumidores, debiéndose destacar que para estos últimos, son irrenunciables sus disposiciones.

Por lo que respecta al segundo de los temas queda comprendido en el artículo 4o. en relación con los artículos 63 y 64, que rigen el importante tema de los contratos de adhesión, con los grandes rubros que se refieren a publicidad y garantía; Operaciones de Crédito; Servicios; y Ventas a Domicilio, que enmarcan respectivamente a los capítulos PRIMERO, SEGUNDO, TERCERO, QUINTO Y SEXTO de la Ley.

La Publicidad debe ser veraz y comprensible en cuanto al origen, componentes, uso y características y propiedades de productos o servicios que no conozcan de distinciones en materia de calidad para los mercados tanto nacionales como in-

ternacionales según lo estipulado en los artículos 5o, 6o, 7o, y 10; la intervención de la autoridad en los importantes renglones de la fijación de precios a productos de consumo generalizado, determinación de los que deben ostentar el precio de fábrica y modificación de sistemas de venta de cualquier tipo de bienes.

Por otra parte las Operaciones a Crédito, constituyen una importante materia que regula la Ley Federal de Protección al Consumidor; las disposiciones de este apartado, tienden a aminorar el desequilibrio que en materia de contraprestaciones se genera en la práctica mercantil, como consecuencia de la necesidad o ignorancia por parte del consumidor. Así, es jurídicamente relevante, sujetar este tipo de obligaciones a las siguientes modalidades: Hacer intervenir a la Autoridad en la fijación de las tasas máximas de intereses y los cargos máximos adicionales en los contratos de Créditos, al consumidor de acuerdo a lo estipulado en el artículo 22 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y para condicionar la celebración del contrato, a la información anticipada que proporcione el proveedor al consumidor, sobre el precio de contado del bien o servicio de que se trate, el monto de los intereses etc. de acuerdo al artículo 20 de la misma Ley, en caso de rescisión de los contratos de compra-venta de bienes muebles o inmuebles, las partes se restituirán lo que les corresponda de acuerdo al artículo 26 de esta Ley, y ante demanda de rescisión o cumplimiento por mora

del comprador en contratos de compraventa a plazos, cubiertos en más de la mitad del precio, será opcional para el consumidor, rescindir en los términos del artículo 28 de la Ley, ya comentado, o efectuar el pago del adeudo vencido más los gastos y costas judiciales o prestaciones que legalmente procedan de acuerdo a lo manifestado por el artículo 29 de la Ley.

Los prestadores de servicios, es otra materia que se encuentra dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en los cuales se deben emplear partes o refacciones nuevas, salvo que las partes acuerden lo contrario, en el desempeño de su labor, por lo que se deben comprometer de nueva cuenta y en forma gratuita las deficiencias que presente el producto reparado; indemnizar al consumidor por pérdida del bien como consecuencia de un servicio deficiente; poner a la vista del público las tarifas de servicio, no establecer sistemas o prácticas que establezcan dos precios diferentes y por un mismo servicio; expedir facturas o comprobantes de los trabajos efectuados; y no fijar preferencias o discriminaciones respecto a los solicitantes de servicios, con pena de ser sancionados administrativamente, con obligaciones que impone el Capítulo Quinto de la Ley a estos sujetos, para su cumplimiento.

Las ventas a domicilio; este Capítulo tiene un fundamental propósito, el de dar protección al consumidor, orientándolo en la adquisición de artículos que supuestamente tienen precios más bajos y de una calidad muy superior a las que

normalmente se expenden en los diferentes centros comerciales, además de las múltiples facilidades que se le ofrecen al comprador con este tipo de venta. De ahí el objetivo de este apartado de impedir estas anomalías, mediante la sujeción del perfeccionamiento del contrato, al término de cinco días, según lo estipulado en el artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

El consumidor puede adquirir de diferentes maneras a diferentes precios en las siguientes formas comerciales:

- a).- Al contado usando parte de su ingreso.
- b).- Al contado utilizando dinero prestado.
- c).- Al contado usando sus ahorros.
- d).- Al contado utilizando su cuenta abierta de crédito.
- e).- Por medio de pagos a plazos.

Ahora bien, el ingreso del cual se dispone, no es el único factor que se debe tomar en cuenta al momento de hacer una compra. La experiencia nos enseña que la mayoría de las personas gastamos más del total del ingreso del que se dispone, ya sean ahorros o se pide dinero prestado. Sin embargo, esto nos muestra que el volumen de ventas de artículos de consumo están en relación directa al ingreso disponible. Por lo tanto los gastos de los consumidores están muy sensibles a los cambios que experimentan los ingresos.

Se puede considerar como un hecho el desahorro de hoy, es cosa común para una gran parte de la población, aún para la compra de mercancías no durables, que en una economía sana, deberían ser pagadas usando el ingreso ordinario. ("nadie de-

bería gastar más de lo que gana").

Por lo que respecta a los créditos de deudas por conceptos de ventas a plazos, ha estado asociado a otros factores que también han contribuido al financiamiento por las compras a plazos, nuevas actitudes hacia las deudas, el uso del automóvil, la posibilidad de comprar una cosa, la de adquirir un departamento en condominio etc., y la carencia de numerarios han proporcionado que las familias de modestos recursos hagan uso del crédito para la compra de determinados artículos de consumo.

Las grandes oportunidades que tiene para adquirir crédito el consumidor en las últimas décadas ha propiciado la implementación de diversas técnicas de financiamientos tales como: crédito de cuenta abierta, crédito de cuenta a plazos, tarjetas universales de crédito, fuentes de préstamos, en efectivo al consumidor, etc., se puede decir que les presentan grandes ventajas a los usuarios.

Igualmente el crecimiento industrial y el uso del crédito se ha incrementado en los últimos años, el sistema más común lo es la cuenta a plazos que se diferencia de la cuenta abierta en los siguientes casos:

- a).- Se requiere de un enganche.
- b).- Se extienden pagos periódicos por lo común pagos mensuales uniformes y;
- c).- Se cobran intereses o gastos de manejo de cuenta.

En cuanto al precio que se les da a clientes en este tipo de cuenta es demasiado elevado ya que el precio de contado

es uno y el de crédito es otro como se puede ver y leer en los anuncios de venta de televisores radios, consolas, aparatos domésticos, modulares, un ejemplo clásico es la compra de un televisor al contado puede costar, de acuerdo al anuncio, la cantidad de \$ 300,000.00, y si se adquiere a crédito este podrá costar aproximadamente unos \$ 600,000.00, de lo cual en un principio se dará un enganche de \$ 60,000.00 y mensualidades de \$ 20,000.00, hasta su total liquidación.

En ocasiones se engaña al consumidor al decir en el anuncio que no se requiere enganche, que no se cobra IVA, y mucho menos intereses pero si se analiza detalladamente la operación encontramos que el precio de la mercancía es de demasiado elevado para un artículo donde juega un papel muy importante la calidad del producto. Y también estos se cobran cantidades exageradas por el manejo de cuenta, por investigación, por entrega de mercancía y para cerrar el crédito los impuestos son demasiado elevados.

Ahora bien el financiamiento con tarjetas universales de crédito, ha producido un aumento en su uso y es posible que en el futuro tengamos una economía sin cheques y sin dinero en efectivo.

En ocasiones resulta más barato tomar dinero prestado para comprar un automóvil, un mueble, aparatos domésticos, para pagarlos al contado, que el financiar las compras a través del distribuidor, por medio de pagos a plazos. Esta operación se puede realizar siempre y cuando se consiga el dinero con una tasa inferior a la de los intereses y los cargos

de financiamiento a crédito. Lo cual nos lleva al extremo de conseguir dinero en efectivo, tomando préstamos de diversas partes. Las Instituciones son los órganos de crédito donde el consumidor puede obtener el crédito, o bien el dinero para adquirir las mercancías.

El crédito que se le otorgue al consumidor se puede optar por cualquiera de las opciones de otorgar el crédito o no, por los distintos sistemas de financiamiento que tienen los proveedores, teniendo que ajustarse a las medidas legales en vigor. Es importante señalar que algunos comerciantes pasan por alto las disposiciones legales y elevan sustancialmente las tasas de intereses de los préstamos al consumidor, resultado que se limita el poder de adquisición, ya que la falta de recursos económicos, impide comprar los artículos que sean necesarios para vivir con comodidad.

Una de las disposiciones más recientes y que tienen aplicación a nuestro sistema económico, es la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual establece determinados señalamientos en lo que se refiere a las operaciones de crédito.

Como se puede ver en los mercados que se frecuentan más seguido por nuestra cuenta, tenemos deseos definidos, jerarquizados y limitados por el poder adquisitivo, se presenta tal como si lleváramos un cuadro de nuestros deseos; clasificados y los que se satisfarán en la medida en que los precios lo permitan. Ya que podemos comprar o vender determina-

das cantidades de un producto a un precio que se establece mediante la discusión de él; lo cual se convierte en un regateo entre consumidores y vendedores. Esta discusión termina al momento de ser eliminado alguno de los concurrentes ya que este sistema de eliminación tiene su origen en la escasez de mercancías, mismas que no alcanzan a cubrir las necesidades del hombre.

Todo esto se puede repartir para una mejor comprensión en la forma siguiente:

I.- Por medio de una autoridad, arbitrariamente, o conforme a un plan fijado por los dirigentes.

II.- Por medio de espera; por ejemplo, el sistema de cola, el cual se basa en el derecho del primer ocupante; recompensa la paciencia y se utiliza ampliamente en las tiendas estatales.

III.- Por medio del mecanismo de los precios que resuelve, sin violencia de ninguna clase, el difícil problema del acuerdo entre la escasez y la libertad; el consumidor tiene libertad para elegir en el último momento lo que le conviene sin advertir al productor pero su satisfacción la logrará únicamente por medio de un sacrificio en dinero, tanto mayor cuanto más acentuada sea la escasez del objeto que se desea.

Se desprende que este conjunto se basa en la psicología individual; ignorando las influencias mutuas que se manifiestan entre los hombres. Sin embargo, se ha de comprender que como una fotografía instantánea el precio del

mercado nos dá una visión del fenómeno económico que no sólo se desenvuelve en el tiempo sino que también en el medio.

Cómo se podrá ver el medio juega cada día un papel más importante en la vida del hombre a medida que se despersonaliza y por razón natural el hombre es asimilado por el medio.

Por lo que respecta a los consumidores se encuentran influenciados por los factores que son: la dimensión económica y el otro que viene a ser horizonte económico. Es decir, que tenemos presente en nuestra mente una etiqueta indivisible que corresponde a una orden de dimensión o como punto de comparación más bien que una cifra precisa.

Si nos encontramos frente a los dulces, camisas, pantalones, o cualquier otra mercancía; sin que tenga el precio indicado, recordamos inmediatamente que estos productos meses anteriores tenían un precio más elevado; y entonces tratamos de buscar los que puedan sustituirlos.

En cuanto al horizonte económico podemos decir que existen en la medida en que examinamos el porvenir a través de todos aquellos datos que nos proporcionan la estadística u otras disciplinas y mediante las cuales enriquecemos nuestros conocimientos sobre el mercado.

Ahora bien, tanto la Ley Federal de Protección al Consumidor, y el horizonte económico vienen a modificar a la Psicología Social. Y para que la dimensión sea modificada es necesario que un acontecimiento exterior cambie los deseos de los hombres dándoles una orientación determinada por ejemplo: la moda, pues cada objeto se encuentra cargado con su

propio pasado y el hombre carece de la influencia necesaria para controlar el precio de venta o el de compra.

Por el contrario el horizonte económico se presenta a medida que se desarrolla la economía. El optimismo o el pesimismo que azotan los mercados; excitan a las masas fácilmente su impresión y son demasiado impulsivas. En consecuencia, las alzas en los precios son fruto de ésta incertidumbre provocando un agravamiento del movimiento de alza que se teme.

Por consiguiente se puede decir que la inercia de los precios se acelera bien que se trate de la dimensión económica o la del horizonte económico. En cuanto a la costumbre el precio es modificado pues la colectividad tiende a inmovilizarla. Pero si es el segundo factor que atrae la atención se impulsa su movimiento en determinada dirección por lo que los precios se convierten en un factor de inestabilidad.

Lo que más preocupa a los gobiernos es el fenómeno de la inflación, la cual se pretende combatir mediante la regulación de precios. Sin embargo, en vez de estabilizar las economías únicamente esta medida ha agudizado el mal, de tal manera que las clases más débiles resienten el embate de este fenómeno. Nuestro país, no es ajeno a este problema y es así que al revisar las múltiples medidas que los gobiernos han implantado para controlar la inflación nos encontramos que es un cúmulo de disposiciones legales que no han dado los resultados que de ellas se espera.

Entre algunos de los ordenamientos más recientes tenemos

la Legislación de Diciembre de 1950, sobre atribuciones del Ejecutivo en Materia Económica. Esta Legislación faculta al Presidente de la República para determinar los bienes y servicios cuyos precios estarían controlados, así como su nivel máximo siempre y cuando reconociese una utilidad razonable.

El decreto del 24 de Septiembre de 1976, viene a modificar y adiciona el expedido el 2 de octubre de 1974, a diferencia de los considerandos del decreto de octubre de 1974, en los cuales se manifestó que la inflación, en gran parte por factores internacionales, era la razón obvia para su expedición, este decreto en sus considerandos, señala que con el pretexto de la nueva paridad de la moneda mexicana, han ocurrido en algunos sectores alzas injustificadas y excesivas de precios, fenómenos de ocultación y otros abusos que es indispensable evitar y reprimir para que los efectos de la devaluación no se desvirtúen en beneficio de unos cuantos y en perjuicio de la economía nacional y la de los consumidores.

El anterior decreto se funda en la expedición de diversos artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, significando las facultades depositadas en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y la Procuraduría Federal del Consumidor de acuerdo a las Reformas y adiciones del 7 de Febrero de 1985, publicadas en el Diario Oficial, por lo que hace a la aplicación del control de precios, aplicándose a la vez y confirmando la continuidad y creciente importancia de esta disposición legal, concretamente las últimas reformas que se comentan se basa en el artículo o los artículos de la

Ley Federal de Protección al Consumidor, mismos que se transcriben a continuación:

" Artículo 10.- Las disposiciones de esta Ley regirán en toda la República y son de órden público e interés social. Son irrenunciables por los consumidores y serán aplicables cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario. "

"La aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de la presente Ley, a falta de competencia específica de determinada dependencia del Ejecutivo Federal, corresponderán a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y a la Procuraduría Federal del Consumidor. "

"Serán órganos auxiliares para la aplicación y vigilancia de lo dispuesto en esta Ley toda clase de autoridades Federales, estatales y municipales. Los agentes del Ministerio Público Federal orientarán a los consumidores respecto de los alcances de esta Ley, los procedimientos y las autoridades competentes para conocer de sus quejas".

"Artículo 20.- Quedan obligados al cumplimiento de esta Ley los comerciantes, industriales, prestadores de servicio, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores".

"Artículo 6o.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial estará facultada para:"

" I.- Obligar, respecto de aquellos productos que estime pertinente, a que se indique en términos comprensibles y veraces, en los mismos en sus envases, empaques, envolturas, etiquetas o en su publicidad los elementos, substancias e ingredientes de que están hechos o constituidos así como sus propiedades, características, fecha de caducidad y los instructivos y advertencias para el uso normal y conservación del producto".

" II.- Determinar la forma y capacidad de las prestaciones de los productos, así como el contenido neto, el peso drenado y las tolerancias, caso en el cual la producción y la comercialización deben sujetarse a dichas determinaciones".

" III.- Determinar, respecto de los productos a que se refieren las fracciones anteriores, la forma y términos en que deberán incorporarse la información obligatoria correspondiente".

"IV.- Fijar las normas y procedimientos que se someterán las garantías de los productos y servicios, para asegurar su cumplimiento, salvo que estén sujetos a la inspección o vigilancia de otra dependencia del Ejecutivo Federal, en cuyo caso ésta ejercerá la presente atribución".

" V.- Ordenar se hagan las modificaciones procedentes a los sistemas y prácticas de comercialización de bienes, servicios y arrendamiento de bienes, a que se refiere la Ley, para evitar prácticas engañosas o trato inequitativo al consumidor. Igual atribución tendrán las dependencias competen-

tes en razón de su materia, cuando se trate de prestación de servicios".

"VI.- Fijar los precios de productos de consumo generalizado o de interés público, incluidos los de importación, así como las tarifas de los servicios que se ofrezcan al público, cuya fijación no corresponda a otra autoridad, de acuerdo en uno y otro caso, con las Leyes aplicables y los reglamentos o decretos que expida el Ejecutivo Federal."

"VII.- Obligar a que se indique el precio de fábrica o de venta al público de los productos, cualquiera que estos sean, en sus envases, empaques o envolturas o mediante letreros colocados en el lugar donde se encuentren para el expendio, se anuncien u ofrezcan al público".

"VIII.- Diseñar la política y lineamiento conforme a los cuales se elaboran los programas de orientación y capacitación de los consumidores; coordinar y participar en su ejecución y evaluar su desarrollo".

"IX.- Dictar las resoluciones, acuerdos o medidas administrativas pertinentes para hacer cumplir las normas de protección y orientación a los consumidores".

"Las resoluciones de carácter general dictadas con fundamento en este artículo se publicarán en el Diario Oficial de la Federación. Cuando tengan por objeto obligar únicamente a un número limitado de sujetos, bastará la notificación de la resolución respectiva, la cual llevará a cabo por cualquier medio fehaciente". (10).

(10).-"LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR".

Por lo que respecta a lo anteriormente comentado ningún organismo de la Ley puede ser entendido sin referencia a las disposiciones que en materia de control de precios ha emitido el Gobierno Mexicano. La razón es obvia para su expedición se deriva del proceso inflacionario experimentado desde hace más de 50 años. Sin que a la fecha se logre un control efectivo sobre ella, pues las medidas intentadas carecen de una decidida disposición por las autoridades para cambiar la estructura jurídica en el renglón Agrario o en el Industrial.

En cuanto a la trascendencia de la Ley, podemos exponer lo siguiente: El consumo de bienes o servicios que realizan la masa consumidora, lo hace a través de la contratación y este ha venido a tener una fisonomía correspondiente a los datos destacados del consumo hasta configurar lo que la misma Ley llama Contrato de Adhesión.

Nos referiremos también a la autonomía de la voluntad como principio básico, en otros tiempos, de la contratación, hace mucho que dejó de verse en dimensión meramente individualista, para cobrar un sentido social, al dejar de ser meramente un querer para transformarse en un querer deber responsable.

Por lo que respecta a las necesidades sociales y requerimientos de las grandes mayorías de la población están obligando al Estado a intervenir en la formación y ejecución de diversos contratos como las disposiciones para fijar precios máximos a los artículos de primera necesidad.

También el Estado, interviene para determinar el conteni-

do contractual de los contratos a fin de que en ellos no se establezcan a cargo de los consumidores prestaciones desproporcionadas o les impongan obligaciones inequitativas. La voluntad de las partes interviene unicamente en el nacimiento pero ya no interviene en la fijación del contenido de los contratos.

La Ley Federal de Protección al Consumidor menciona en su artículo 10., como objeto de su pretensión a los consumidores y define a estos sujetos en su artículo 30., como "quién contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios."

La protección a que se refiere la Ley Federal de Protección al Consumidor, se extiende a toda la clase consumidora en general que viene a ser así, el sujeto universal a quien preserva, integrada dicha categoría por los individuos que particularmente vengam necesitando en casos concretos la aplicación defensora de sus normas, a efecto de que las características nocivas de su condición indiferenciada no conduzcan en Derecho a una injusticia colectiva e individual, sino al logro de una mejor Justicia Social e Individual.

Ahora bien, en cuanto al término consumidor, es indicativo de diversas situaciones contractuales, pueden por tanto comprender al asegurado, al comprador, al arrendatario, usuario, beneficiario etc. Del análisis del texto de la Ley, se concluye que no únicamente es consumidor, quién contrata para su utilización personal bienes o servicios, con ello se abre la posibilidad de que los intermediarios el circuito de

distribución puedan hacer a su favor la Ley de acuerdo a lo estipulado en el artículo 37 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Esta Legislación viene a otorgar una superioridad a los principios y normas que establecen, dejando resuelto el problema de las Leyes que en el esquema individualista del contrato se llamaban supletorias, en favor de las que se refieren a estos nuevos principios de verdadera igualdad entre las partes, de responsabilidad de la clase preponderante como autora de querer, deber responsable, dejen de ser renunciables. Se trata de disposiciones no que suplan la voluntad faltante, con la consecuencia de que valga la manifestación en contrario sino de que en ausencia de voluntad al respecto y aún en presencia de la voluntad que aparezca derogatoria, prevalecerá lo dispuesto por la Ley. La Ley asigna a sus disposiciones rango de orden público y de interés social, quedando establecidas como irrenunciables para los consumidores y para los proveedores de bienes y prestadores de servicios es de carácter obligatorio.

Por lo que respecta a la Ley ésta siempre inicia con la formulación de normas, que tienden a una eficaz formulación del consentimiento del consumidor, ya que siempre conocerá la realidad social que se propone regular, ya que en la realidad de que se trata, la oferta es hecha por un sujeto preponderante a la colectividad.

Ahora bien, el instrumento de la oferta masiva que el Legislador regula principalmente es la publicidad cuya adhesión se induce, como se comentó anteriormente, el papel que desem-

peña la publicidad en el consumo masivo de bienes. Con el apoyo del principio de la autonomía de la voluntad con sentido social, a la vez que en los de responsabilidad y confianza, la Ley establece la obligación de todo proveedor de bienes o servicios de informar ~~veraz~~ y suficientemente al consumidor con claridad de acuerdo a lo estipulado en el artículo 5o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, de acuerdo a las Reformas y Adiciones, publicadas en el Diario Oficial el 7 de Febrero de 1985, que a la letra dice:

"ARTICULO 5o.- Todo proveedor de bienes o servicios está obligado a informar clara, veraz y suficientemente al consumidor, cualquiera que sea el medio que utilice. En consecuencia se prohíbe que en cualquier tipo de información, comunicación o publicidad comercial se haga uso de textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente impliquen inexactitud, obscuridad, omisión, ambigüedad, exageración o por cualquier otra circunstancia puedan inducir al consumidor a engaño, error o confusión sobre."

"I.- El origen del producto, bien sea geográfico, comercial o de cualquier otra índole, o, en su caso del lugar de pretensión del Servicio y la tecnología empleada".

"II.- Los componentes, o ingredientes que integran el producto o el porcentaje en que concurren en él."

"III.- Los beneficios o implicaciones del uso del producto o servicio."

"IV.- Las características del producto tales como dimensiones, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad o atributos o, en su caso, las características del servicio que se ofrece."

"V.- Propiedades del producto o servicio no demostrables."

"VI.- La fecha de elaboración y caducidad cuando estos datos deban indicarse."

"VII.- Características o cualidades basadas en comparaciones tendenciosas, falsas o exageradas, respecto de otros bienes o servicios iguales o similares, que se produzcan o presten en el país o en el extranjero."

"VIII.- Los términos de las garantías, si se ofrece".

"IX.- Reconocimientos o aprobaciones oficiales o Instituciones, sean nacionales o extranjeros como adjudicación de trofeos, medallas, premios o diplomas."

"Los anunciantes podrán solicitar de la Autoridad Competente opinión o dictámen sobre publicidad que pretendan realizar."

"Si la opinión o dictámen no se rindiera dentro del plazo de 45 días, la publicidad propuesta entenderá aprobada. La autoridad podrá requerir la documentación comprobatoria y la información complementaria del caso, por una sola vez, dentro de los primeros quince días de dicho término, entendiéndose interrumpido aquél durante todo el tiempo que el interesado tarde en presentarla. La aprobación expresa y tácita libera al anunciante de la responsabilidad prevista en el artículo 8o."

"Sin perjuicio de la responsabilidad en que se pudiera incurrir, no se entenderá aprobada la publicidad cuando el anunciante hubiera proporcionado datos falsos a la autoridad."

"La información sobre bienes y servicios provenientes del extranjero estará sujeta a las disposiciones de esta Ley,

respecto de la cual existe responsabilidad solidaria entre la empresa matriz y sus filiales, subsidiarias, sucursales y agencias." (11).

Como se podrá ver la oferta significada por la publicidad constriñe a la responsabilidad de su cumplimiento, con toda amplitud que el esquema contractual determinan, así es la idea que el objeto debe estar debidamente identificado, sin que pueda inducirse a error su origen, componentes, usos, características y propiedades de toda clase, según lo estipulado en el artículo que ha quedado mencionado.

En consecuencia se debe informar verazmente y en términos comprensibles a través de la publicidad o en sus envolturas, etiquetas, empaques o envases, de los materiales, elementos, substancias o ingredientes de que están hechos los productos, su peso, propiedades o características, las instrucciones para el uso normal y conservación del mismo lo cual es de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 6o. fracción I, de la Ley, así como, que tales datos estarán en idioma español en términos comprensibles y legibles y conforme al sistema general de unidades de medida, a excepción de los destinados a la exportación en los que podrán usarse el idioma y el sistema de unidades de medida del país al que se destinen de acuerdo a lo estipulado por el artículo 7o. de la Ley, de esta manera se tiene sólida base para resolver cuestiones tan significativas en derecho, como la de los vicios de la voluntad en que puede incurrir el

(11).- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985."

consumidor particularmente la del error ya que ciertamente ha de entenderse como tal el que recaigan sobre todas estas particularidades del objeto o del servicio ofrecido, en los términos de la oferta y que son motivos del consumo, que de otro modo no se hubiesen realizado; siendo así de perfecta aplicación en el principio civil del error sobre el motivo determinante de acuerdo a lo estipulado en el artículo 1813 del Código Civil, para el Distrito Federal, que a la letra dice:

"Artículo 1813.- El error de Derecho o de hecho invalida el contrato cuando recae sobre el motivo determinante de la voluntad de cualquiera de los contratantes, si en el acto de la celebración se declara ese motivo o si se puede por las circunstancias del mismo contrato que se celebró este en el falso supuesto que lo motivó y no por otra causa". (12).

Por lo que respecta a la indicación que se tiene que hacer de los productos y sus accesorios, peso, propiedades, características e instrucciones de uso y servicio del mismo a la discrecionalidad de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en lugar de plasmar tal obligación en una norma obligatoria por sí misma, dejando a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, únicamente su vigilancia y la sanción en caso de incumplimiento de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 6o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La indicación de estas características en los productos en el mercado es necesaria, incluso para una buena elección de producto y sería deseable que constituya una obligación general,

(12).- CRUZ PONCE LISANDRO Y LEYVA GABRIEL.- "CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL" COLECCION THEMIS CHAPULTEPEC.- MEXICO D.F.- 1978.

para constituir una verdadera protección para el consumidor.

En cuanto a la finalidad específica de no inducir a error al consumidor y darle una información veraz, la Ley "prohíbe emplear en los envases, empaques, envolturas, etiquetas o propagandas expresiones tales como "productos de exportación", "calidad de exportación" o cualquier otra que de entender que existe una calidad para el mercado interno y otra para el externo, salvo autorización expresa de la autoridad competente."

También se prohíbe usar leyendas tales como "garantizado" "garantía" o cualquier otra equivalente, a excepción de cuando junto con su empleo, se indique en que consiste, en forma clara y precisa, indicando su alcance, duración y condiciones, así como los establecimientos y la forma en que puedan hacerse efectivas. Se podrán emplear dichas leyendas, cuando se trate de productos sujetos a normas de cumplimiento obligatorio u ostenten la contraseña oficial correspondiente, porque en estos casos la misma Ley así lo determina de acuerdo a lo estipulado en el artículo 10 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La Ley es muy clara al establecer la necesidad de que el proveedor, incorpore en los productos peligrosos o en instructivo anexo a los mismos, las advertencias e informes para que su empleo se realice con la mayor seguridad posible; lo mismo deberán hacer quienes presten servicios pe -

ligrosos.

Dicha obligación se exigirá si la peligrosidad es muy notoria y proviene del producto o servicio o así lo determine la Autoridad Competente, por así ordenarlo el artículo 13 de la Ley.

Por lo que respecta a los artículos 15 y 16 de la Ley, se puede decir de acuerdo a lo estipulado por los mismos artículos que para establecer conceptos claros en beneficio del consumidor, la ley no solo define los conceptos "promoción", "oferta", "barata", "descuento", y "remate", tan usuales para inducir al consumidor a la compra, sino que también establece las reglas conforme a las cuales deberán anunciarse.

Por lo tanto se tienen que indicar las condiciones, el término de duración o el volumen de mercancías del ofrecimiento. Al no fijarse plazo ni volumen, puede constar que son indefinidos mientras no se haga del conocimiento público, la revocación de forma adecuada y por los mismos medios de difusión.

Ahora bien, los artículos 8o. y 9o. de la Ley Federal del Consumidor textualmente dicen lo siguiente:

"Artículo 8o.- La falta de veracidad en los informes o instrucciones a que se refieren los artículos anteriores, es causa de responsabilidad por los daños y perjuicios que ocasionaren."

"Artículo 9o.- La dependencia en cada caso ordenará que se suspenda la publicidad que viole lo dispuesto en el artículo anterior y podrá exigir al anunciante que, a cargo

del mismo, realice la publicidad correctiva en la forma en que aquella la estime suficiente, sin perjuicio de imponerle las sanciones en que hubiere incurrido."

Ahora bien, el legislador considero que no era suficiente lo manifestado con anterioridad para lo cual previó la necesidad de informar al consumidor en forma más específica los pormenores de su contratación dando ocasión a una decisión más reflexiva y así estableció la obligación del proveedor a informar previamente aquel sobre; de acuerdo a lo estipulado en el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

- a).- El precio de contado del bien o servicio de que se trate,
- b).- El monto de los intereses y la tasa a que estos se calculan,
- c).- El total de los intereses a pagar,
- d).- El monto y detalle de cualquier cargo si lo hubiere,
- e).- El número de pagos a realizar,
- f).- Su periodicidad,
- g).- La cantidad total a pagar por dicho bien o servicio y,
- h).- El derecho que tiene a liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de los intereses.

Por lo que respecta a la formación correcta del consentimiento del consumidor el Legislador, no sólo dictó estas normas sino también las normas que determinen el contenido de los contratos en caso de operaciones a crédito y normas conforme a las cuales deberán regirse los proveedores de bienes y prestadores de servicios y regirse e interpretarse invariablemente los contra -

tos a fin de protegerlos contra los abusos a que los proveedores han llegado con la incorrecta interpretación de las normas llamadas supletorias, mal interpretadas como renunciables. En efecto, el artículo 20 de la Ley del Consumidor, en su primer párrafo, establece: "En toda operación en que se conceda crédito al consumidor, el proveedor está obligado a informar previamente a aquél sobre el precio de contacto del bien o servicio de que se trate, el monto de los intereses a pagar, el monto y detalle de cualquier cargo si lo hubiere, el número de pagos a realizar, su periodicidad, la 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".

Ahora bien, el segundo párrafo fué reformado y adicionado en el Diario Oficial el 7 de Febrero de 1985, mismo que se transcribe en seguida:

"En los contratos respectivos, de los que deberá entregarse copia con nombre y firma autógrafa del proveedor o de persona autorizada al consumidor, se señalarán con toda claridad los datos a que se refiere el párrafo anterior y la fecha en que será entregado el bien o prestado el servicio." (13).

Se tiene que afrontar la realidad en toda su crudeza y darle confianza y seguridad al tráfico comercial mediante el establecimiento de tasas ordinarias de interés.

(13).- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985".

El artículo 23 de la Ley, en los contratos de operaciones de crédito no podrá establecerse un interés mayor del 25% de los intereses ordinarios, no cobrarse intereses sobre intereses devengados, ni capitalizar intereses. En esta situación el Legislador se vió en la necesidad de establecer este ordenamiento a fin de frenar la práctica mercantil de cobrar intereses moratorios tan altos o más que los ordinarios o de cobrar intereses ordinarios o moratorios sobre la totalidad del documento que garantiza una obligación, tomando en consideración que en tales documentos están incluidos, partes proporcionales del precio y de los intereses, por lo que un retraso en el pago significa un retraso en el precio pero no en los intereses que significan la ganancia o utilidad de la operación. La Ley señala muy precisos límites para la fijación de los créditos, a efecto de evitar la Usura Prescrita en Derecho desde hace siglos.

El artículo 24 de la Ley, viene a ser la sanción a lo previsto por el artículo 22 de la Ley, que aún cuando no estamos de acuerdo en que sea una dependencia del Ejecutivo Federal, es necesario que se determine en una mejor seguridad y justicia comercial.

El artículo 25 de la Ley, mismo que establece la obligación de todo proveedor o prestador de servicios de cobrar intereses, exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no podrá ser exigido por adelantado, sino únicamente por periodos vencidos, frenando con ello la práctica de cobrar intereses sobre la totalidad del adeudo, lo

cual origina a favor del proveedor o prestador de servicios una utilidad excesiva y a cargo del consumidor un precio exorbitante.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, en coordinación con el Código Civil que establece que el precio del bien en las operaciones de compraventa, será cierto y en dinero, en su artículo 27 de la Ley, mismo que se reformó y adicionó y publicó en el Diario Oficial del 7 de Febrero de 1985, el cual textualmente dice:

"Artículo 27.- La compra-venta de inmuebles en los casos a que se refiere el artículo 3o. párrafo segundo, requerirá, cuando la entrega del bien sea a futuro, que se garantice, por cualquier medio que permita la Ley, el cumplimiento de esta entrega, lo que vigilará la Procuraduría Federal del Consumidor y, en su caso, sancionará la omisión."

"En todo caso, las minutas de los contratos de adhesión en que conste la venta del inmueble, deberán ser previamente aprobadas por la Procuraduría Federal del Consumidor, debiendo estipularse el precio, los intereses, la forma y periodicidad de los pagos, la fecha de entrega, las especificaciones, planos y demás elementos que individualicen el bien. No podrán los proveedores recibir pagos de los consumidores por cualquier concepto, hasta en tanto no se formalice la relación contractual de compraventa entre ellos, excepto el relativo a gastos de investigación."

"Salvo lo dispuesto en otras disposiciones legales en las operaciones a plazos o con reserva de dominio no podrá aumentarse el precio estipulado del bien o servicio materia de la operación." (14).

(14).- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985."

Este artículo nace a consecuencia de una práctica realizada por algunos comerciantes en etapas económicas afectadas por la inflación, en las cuales modifican los precios para aumentarlos por razones de flucturación de monea o por índices de pérdida del poder adquisitivo de la monea y así a - justarlos a la realidad económica repercutiéndolo no sólo en ventas por realizar, sino ya en las realizadas por lo mismo la Ley lo prohíbe. En realidad el artículo 27 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no es más que una confirmación de la no aceptación de nuestro Derecho de la teoría de la imprevisión desterrada por el artículo 1796 del Código Civil para el Distrito Federal que textualmente dice:

"Artículo 1796.- Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento; excepto aquellos que deben revestir una forma establecida por la Ley. Desde que se perfeccionan obligan a los contratantes no sólo al cumplimiento de los expresamente pactado, sino también a las consecuencias que, según su naturaleza, son conforme a la buena fe, al uso y a la Ley." (15).

El artículo comentado nos hace pensar en una seria laguna al omitirse establecer la prohibición de aumentar intereses, situación bastante usual en el comercio en abonos, por lo que respecta a los contratos que contengan cláusulas que contravengan lo dispuesto por el ordenamiento citado ya están siendo anulados por nuestros Tribunales.

Por consiguiente e independientemente de la nulidad de los actos que contravengan sus disposiciones por ser de orden pú -

(15).- CRUZ PONCE LISANDRO Y LEYVA GABRIEL.- "CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL" COLECCION TRENIS CHAPULTEPEC.-MEXICO D.F.- 1978.

blico e interés social, la Ley a través del artículo 26 establece:

"La contravención a lo dispuesto en los artículos 23, 24 y 25 se considera como usura o ventaja usuraria para todos los efectos legales a que haya lugar".

El artículo 29 de la Ley, mismo que fué reformado y adicionado y publicado en el Diario Oficial del 7 de Febrero de 1985, el cual beneficia al consumidor en su patrimonio, ya que textualmente dice:

"Artículo 29.- En los casos de operaciones en que el precio deba cubrirse en exhibiciones periódicas, cuando el consumidor haya cubierto más de la tercera parte del precio o del número total de los pagos convenidos, si el proveedor pretende o demanda la rescisión o cumplimiento del contrato por mora, tendrá derecho el consumidor a optar por la rescisión en los términos del artículo 28 o por el pago del adeudo vencido más las prestaciones que legalmente procedan."

En todo caso los pagos que realicen los consumidores, aún en forma extemporánea, que sean aceptados por el proveedor, liberarán a aquel de las obligaciones inherentes a dichos pagos."

Como se observa que a pesar del incumplimiento de un comprador, el vendedor no podrá a su arbitrio, judicialmente o con orden de un Juez, dar por rescindido el contrato, ya no es posible, queda a la opción del comprador cuando se le demande el aceptar la rescisión del contrato, esto es, que se termine, que

se deshaga, que se disuelva el compromiso contractual, o bien, puede optar por pagar la parte vencida, más los gastos y costas judiciales y, en este caso, de que no haya cumplido con el contrato, no se le podrá rescindir, la opción que establece el pacto comisorio será ejercitada por el consumidor y no por el vendedor.

Por lo que respecta a esta última consideración, se puede decir que la Ley termina con la práctica lesiva para el consumidor que consistía en hacer firmar letras de cambio o pagarés con vencimientos sucesivos con una cláusula parecida a la que sigue. "La falta de pago de una o más exhibiciones dará por vencido el saldo insoluto" lo cual viene a derogar con fundamento en los artículos 10. y 50., transitorios, en fundamento en la práctica referida que es el artículo 79 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Ya no será posible rescindirle el contrato al consumidor cuando haya pagado o cubierto más de la mitad o la tercera parte del precio o del número total de los pagos vencidos y menos todavía exigirle el saldo total.

Textualmente el artículo 50., transitorio de la Ley Federal de Protección al Consumidor dice: "Se derogan todas las normas legales o reglamentarias que se opongan a los dispuesto por la Ley", y como complemento se puede mencionar el artículo 90. del Código Civil para el Distrito Federal de aplicación supletoria en materia Federal mismo que dice: "La Ley sólo queda abrogada o derogada por otra posterior que así lo declare expresamente, o que contenga disposiciones total o parcialmente incompatibles con la Ley anterior."

Siempre la Ley Federal de Protección al Consumidor, regulará la reglamentación de la conducta tanto del fabricante, del proveedor y del comerciante o vendedor sobre el principio de la responsabilidad absoluta que se traduce en la obligación que tiene toda persona que ofrezca al mercado un producto o servicio, de responder en forma total sobre los vicios, deficiencias o impropiedades que dicho bien o servicio contengan y que por tal motivo causen daño al adquirente.

Los artículos 34 y 36 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, los consumidores pueden exigirle responsabilidad indistintamente al vendedor o fabricante, para que respondan de los defectos del bien adquirido, los cuales tienen 30 días para satisfacer toda reclamación que se encuentre debidamente fundada, sin necesidad de probar culpa, dolo o negligencia por parte del oferente, este es uno de los principios para que el consumidor quede mejor protegido para exigir responsabilidad al verdadero causante del daño ya que en ocasiones no se adquiere directamente del fabricante sino por medio de un vendedor que sirve de intermediario.

Al respecto este principio colabora con la posibilidad de que muchos proveedores quedarán impunes frente a víctimas que sufrían daños de la adquisición o uso de bienes servicios que ofrecieran los primeros al mercado o que fueran de su propiedad, permitió la aplicación de la responsabilidad no sólo al ámbito contractual sino al extracontractual y así la Ley Federal de Protección al Consumidor, extendió la responsabi -

dad más allá de las partes contratantes, alcanzando en forma expresa e igualmente, tanto a fabricantes, productores, distribuidores, como al comerciante que ofrece el bien al consumidor final, sin distinguir respecto a si existe o no relación contractual.

Al consumidor se le protegió en esta área tan importante a través de dar mayor alcance y contenido a la responsabilidad extracontractual, exigiendo a todos los participantes en la relación producción intermediación de bienes o servicios, la obligación de responder en forma absoluta, no sólo mediante indemnización por daños o perjuicios, es decir, responsabilidad pecuniaria, sino la reducción del precio, reposición del bien, o inclusive la devolución del precio mediante rescisión del contrato.

**b).- PROVEEDOR:**

Protección a los pequeños y medianos comerciantes.- El Legislador no pretendió enfrentar a proveedores y consumidores, sino que incluso tomó en cuenta el caso de los medianos y pequeños comerciantes, como se desprende de los siguientes párrafos tomados del proceso legislativo correspondiente:

"Las disposiciones que esta nueva Ley, eleva a la categoría de normas de Derecho Social, buscan moderar la Autonomía formal de la voluntad para salvaguardar la auténtica libertad y asegurar la realización de la justicia. Frente al Derecho positivo, que se funda en el principio de igualdad entre las partes y supone que estas son siempre libres para contratar, el Derecho Social, asume la existencia de desigualdades. El proyecto, pues, se aparta de concepciones propias del liberalismo económica. Es importante destacar que el Legislador a través de este ordenamiento, se preocupa por la tutela de no solamente de la gran masa consumidora final, sino también por la pequeña y mediana industria que está expuesta a los riesgos del mercado frente a las grandes empresas e industrias, en relación con las cuales carece de instrumentos eficaces. La Ley contempla ésta situación y protege a los pequeños y medianos comerciantes."

Además siendo la Procuraduría Federal del Consumidor, un organismo de buena fé, cae por su propio peso que tan buena fé debe alcanzar por igual a consumidores y proveedores.

Adoptar el criterio de que el proveedor, por el sólo hecho de serlo, resulta responsable de cualquier obligación que le impute el consumidor, es partir de una base falsa que no en pocas ocasiones ha propiciado indebidas ventajas al consumidor, malicioso y avisado que, sabedor de tal práctica, no ha vacilado en lanzar verdaderos atracos en contra del proveedor quién, confrontando por su falta de práctica en estos menesteres, se presenta ante la autoridad totalmente desprovisto de medios para su defensa, viéndose obligado a transigir en su perjuicio, ante la amenaza o la realidad de una multa,

Todos somos proveedores y consumidores, incluso simultáneamente, en relación con operaciones diversas.

Establece el artículo 2o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

"Artículo 2o.- Quedan obligados al cumplimiento de ésta Ley los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios o consumidores." (16).

Este artículo, resulta la aplicabilidad de la Ley Federal de Protección al Consumidor, a todo ente que desarrolle actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestadores de servicios.

Para una mayor precisión, el Legislador concreta la naturaleza de aquellos al cumplimiento de la Ley, conforme a la

(16).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR."

siguiente clasificación:

- a).- Los Comerciantes;
- b).- Los Industriales;
- c).- Los Prestadores de Servicios;
- d).- Las empresas de participación estatal;
- e).- Los Organismos descentralizados; y
- f).- Los Organos del Estado.

A vía de ejemplo la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, entre otros órganos del Estado, queda obligada, como proveedores, en relación con el funcionamiento de sus tiendas, las cuales deberán sujetarse en su funcionamiento lo prescrito por la Ley. Lo mismo puede decirse, del organismo descentralizado metro, de la Ciudad de México Distrito Federal, muy especialmente en lo que toca a las disposiciones del artículo 55 de la Ley por los frecuentes abusos que en contra del público se cometen por parte de guardias y vigilantes.

El artículo 3o. de la Ley establece; de acuerdo a las reformas y adiciones publicadas en el Diario Oficial del 7 de Febrero de 1935.

"Artículo 3o.- Para los efectos de ésta Ley por consumidor se entiende a quién contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios. Por proveedor, a las personas físicas o morales a que se refiere el artículo 2o., y por comerciantes a quienes hagan del comercio su ocupación habitual o reiterada, cuyo objeto sea la compraventa de bienes muebles o inmuebles, la prestación de servicios o el otorgamiento del uso o goce temporal de dichos bienes."

"Los actos jurídicos relacionados con inmuebles sólo estarán sujetos a esta Ley cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas para venta al público o cuando al consumidor de derecho de usar o disfrutar de inmuebles durante lapsos determinados dentro de cada mes o año o dentro de cualquier otro período determinado de tiempo, cualquiera que sea la denominación de los contratos respectivos."

"Los actos jurídicos relacionados con bienes muebles y servicios quedarán sujetos a las prevenciones de esta Ley, cuando las partes tengan el carácter de proveedores y consumidores en términos de la misma." (17).

Esta definición difiere de la que da en Código de Comercio, el cual atribuye la calidad de comerciante a las personas físicas o morales que hagan del comercio, su ocupación ordinaria o ejerzan actos de comercio.

La tipificación que de la calidad de Comerciante, para los efectos de esta Ley, nos entrega el Legislador, constituye el rescate a que se hace mención en la exposición de motivos, incluida en la iniciativa correspondiente, sustrayendo así de la Legislación Mercantil aquellas operaciones en las cuales se da la relación proveedor consumidor, para inscribirlas en el marco de este dispositivo de Derecho Social.

Pero el Legislador no se limitó a efectuar el rescate de esta figura del articulado mercantil; las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se aplicarán a to -

(17).- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985."

dos aquellos que realicen un acto de comercio o hagan del comercio su ocupación habitual.

Es evidente que el Legislador a cuidado de sujetar a las disposiciones de la ley, a cualquier instrumento de penetración que pudiera ser utilizado por los medios masivos de comercialización; por ello, y con la finalidad de evitar que el hecho de tratarse de un particular el cual quedaría dentro de las personas físicas que realicen actos de Comercio.

Advertimos así que dentro de la terminología de la Ley Federal de Protección al Consumidor, los conceptos consumidor y proveedor y la coexistencia de ambos en relación con operaciones dentro del Comercio, determina la aplicación de la Ley.

Los Servicios Profesionales.- En el artículo 4o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, reformado y adicionado y publicado en el Diario Oficial el 7 de Febrero de 1985, en el cual encontramos la disposición y exceptúa de la aplicación de la Ley, a la prestación de Servicios Profesionales.

La Procuraduría Federal del Consumidor, acostumbra recibir y tramitar quejas originadas en la prestación de servicios Profesionales. Citado el proveedor Profesionista y no compareciendo a la audiencia de conciliación, será multado, frecuentemente con el máximo de el importe de cien veces el salario mínimo general diario correspondiente al Distrito Federal.

El profesionista que en relación con el ejercicio de su profesión reciba de la Procuraduría Federal del Consumidor, la transmisión de una queja relacionada con dicho ejercicio, de

berá solicitar de dicha dependencia se abstenga de conocer de la queja, por la incompetencia que le resulta, derivada de la disposición contenida en el artículo 4o. ya señalado. Se recomienda, no obstante a los profesionistas que reciban citatorios para comparecer a audiencia de conciliación, prevista por el artículo 59, fracción VIII, inciso b), de la Ley, que, vista la serie de arbitrariedades en que acostumbra incurrir la Procuraduría Federal del Consumidor, comparezca a la Audiencia, ya sea personalmente o por medio de apoderado cuya personalidad deberá acreditarse en la audiencia, exhibiendo a manera de informe, un escrito por medio del cual solicita de la Procuraduría Federal del Consumidor, se abstenga de conocer de la reclamación en atención a la incompetencia que le resulta.

Al comentar la disposición que exceptúa de la aplicación de la Ley a los Servicios Profesionales, surge la duda de si las Sociedades dedicadas a las prestaciones de Servicios Profesionales, como son los sanatorios, entre otros, que dan comprendidos dentro de tal excepción. El examen de esta situación nos lleva a concluir que por la naturaleza de tales personas morales, difícilmente podrían equiparar sus actividades al caso de la excepción comprendida en el artículo que nos ocupa. En efecto, en la Ley General de Sociedades Mercantiles y el Código Civil, se contempla la naturaleza de las personas morales, como entes jurídicos, dedicados unos a realizar actividades de lucro y otros, sin ánimo.

Advertimos asimismo que la naturaleza de tales organismos resulta diversa de la que corresponda a aquellas que la

constituyan, por lo que resulta irrelevante el hecho de que sus constituyentes, o los socios, o su personal y órganos de representación sean o no profesionistas, ya que tales calidades de ninguna manera influyen en la naturaleza de la organización a la cual dan vida o prestan sus servicios, Podemos concluir entonces que dentro de los atributos de tales personas morales resulta imposible incluir los inherentes a una calidad profesional, habida cuenta conforme a nuestro Derecho Positivo, el ejercicio de las actividades profesionales es atributo exclusivo de las personas físicas. No obstan para formular tal consideración el hecho de que tales Sociedades presten sus servicios profesionales a través de Profesionistas, físicas, puesto que en contra de tal consideración cabe señalar que es la persona moral, la sociedad, quien contrata para sí los servicios del Profesionista, para a su vez negociar tales servicios, como uno de tantos objetos de la sociedad. Lo mismo puede decirse de las asociaciones de carácter Civil, mientras que las asociaciones en participación que algunos tratadistas reconocen como asociaciones y nuestro Derecho Positivo define como un contrato, no prestan problema alguno, toda vez que el asociante obra en nombre propio.

Por último, el Servicio que un profesionista preste directamente a su cliente, esto es, sin que exista dependencia de aquel en relación con una persona moral, si queda exceptuado de las disposiciones de esta Ley.

La exclusiva de los Servicios Profesionales de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no de-

be entenderse como patente la impunidad en favor de quien los presta. El artículo Segundo de la Ley Reglamentaria del artículo 50. Constitucional, aplicable en el Distrito Federal, contienen una enumeración de las profesiones para cuyo ejercicio se requiere la expedición de patente por parte de la Dirección General de Profesiones. Tanto la mencionada Ley como su reglamento contienen disposiciones protectoras del interés social que resultan incluso de mayor rigor que las contenidas en la Ley Federal de Protección al Consumidor; como consecuencia quedan excluidos los casos de reclamaciones contra profesionistas, resulta así el caso de la incompetencia de la Procuraduría Federal del Consumidor, en relación con las mismas.

Disponen los mencionados ordenamientos que el Profesionista queda obligado a poner todos los conocimientos científicos y recursos técnicos al servicio de su cliente, y en caso de inconformidad el asunto deberá resolverse con intervención de peritos, judicial o privadamente designados, y la intervención de los Colegios Profesionales, como árbitros, para el caso del profesionista y su cliente, hubieran elegido la vía del arbitraje; la Dirección de Profesiones designará un secretario pagado por la misma Dirección, que desempeñe las funciones de secretario del procedimiento arbitral. De no convenir las partes en el arbitraje, quedará expedita la vía judicial, debiendo iniciarse el trámite, por los interesados quejosos, en la Dirección General de Profesiones, la cual hará saber al Profesionista de la queja presentada en su con

tra, iniciándose el procedimiento de queja por parte de los particulares. Es decir que uno de los primeros pasos que tomará la Dirección de Profesiones será el de verificar si la persona contra la cual se presenta la queja, tiene título registrado, ya que puede existir responsabilidad, incluso penal, para quien ejerza profesión que requiera título y registro del mismo, sin contar con dicho requisito.

Igual excepción opera, aunque por razones distintas, en lo relacionado con los servicios prestados en virtud de un contrato de trabajo o relación laboral.

Para indicar la procedencia de esta segunda excepción, nos remitimos a la Ley Federal del Trabajo, la cual nos indica que trabajador es la persona física que presta a otra, física o moral, un trabajo personal subordinado; la misma Ley define al patrón como la persona física o moral que utiliza los servicios de uno o varios trabajadores.

Por consiguiente, cuando existe tal relación de trabajo, cuyo elemento distintivo lo constituye el hecho de realizar en forma subordinada, el patrón no podrá reclamar de su trabajador, en términos de esta Ley, la calidad de los servicios prestados.

Un caso distinto es de quién encomienda a un artesano la manufactura de un mueble, para su realización conforme a las circunstancias del lugar, tiempo, proceso y demás modalidades libremente adoptadas por el artesano, limitándose la intervención del consumidor al pago del precio convenido, situación esta que corresponda contemplar a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

El manejo de la audiencia por los proveedores; Reiterando las recomendaciones mencionadas con anterioridad, relativas a la conveniencia de atender puntualmente a los citatorios de la Procuraduría Federal del Consumidor, presentar el informe de Ley, documentos de identidad y demás ya comentados, resulta de particular importancia señalar la necesidad de que el proveedor tenga cabal conciencia de la naturaleza de audiencia de conciliación, como el acto en el cual la Procuraduría Federal del Consumidor, debe limitarse a exhortar a las partes a conciliar sus intereses, sin autoridad alguna para requerir mayores datos, exhibiciones de objetos, prácticas de peritajes, etc. mucho menos para imponer a cualquiera de las partes sus decisiones.

Cierto que la Procuraduría Federal del Consumidor, lejos de limitarse a dirigir la exhortación ordenada por la Ley, es posible que ordene la exhibición de documentos, libros de contabilidad, objetos y hasta actas de nacimiento, matrimonio, siempre bajo el apercibimiento de multa.

Consecuentes con la postura sostenida debe insistirse que es obligación del público contribuir al mejoramiento de las Instituciones a través de una razonada oposición. Siendo evidente que los conciliadores no recibirán un entrenamiento que los familiarice con la Ley y su correcta interpretación, el ciudadano, su oposición, tiene la oportunidad de contribuir a la capacitación de la autoridad; la inquietud así provocada en estos servidores públicos, servirá al fin de provocar la misma inquietud de los niveles superiores, con notorio beneficio para la comunidad.

Pero, retorciendo al sentido práctico, se recomienda al proveedor que desde la primera audiencia puntualice su postura acerca de los requerimientos del consumidor que, en su caso, este dispuesto a aceptar, o bien su rechazo absoluto, a las prestaciones del mismo. De esta manera, en la segunda y subsecuentes e ilegales audiencias, el proveedor sostendrá idéntica postura, a las modificaciones que a su interés convengan; el esquema resultante podría representarse con una línea convergente que, necesariamente agotarán el procedimiento ya que pocos consumidores dejarán de percibir, mediante este sistema, la verdadera naturaleza de la diligencia y la inutilidad de persistir en un intento de conciliación que, logrado en la primera audiencia, será imposible obtener después.

El esquema contrario, esto es, el correspondiente a unas líneas divergentes, es el que se advierte en aquellos casos en los cuales las partes hacen uso de la palabra, solicitando peritajes, testigos, careos y toda clase de diligencias ajenas a una fase conciliatoria, y es natural que así sucede, ya que en esos casos, las partes se encuentran sumergidas en el error de suponer que participan en un juicio, con el resultado final de un abultado expediente, cuyo volúmen, por corresponder exclusivamente a una diligencia de exhortación, fuera de provocar la hilaridad del comocador, ningún fin práctico logrará, ya que si alguna de las partes no queda vencida por agotamiento, será necesario que una de ellas, finalmente y tras varios años de audiencias, debe concurrir a los tribunales competentes. El proveedor determinará, con vista a las molestias, y la impor-

tancia del negocio a las cuestiones de principio involucradas en cada caso, sobre la conveniencia de recurrir al Juicio de Amparo para lograr el control Constitucional de la Autoridad.

Todas las observaciones, antecedentes, lógicamente corresponden al caso de la imposibilidad absoluta para llegar a un acuerdo con el consumidor, sea por la absoluta improcedencia de sus pretensiones o por no estar de acuerdo el proveedor en acceder a sus peticiones. De no ser ese el caso, es de recomendar a los proveedores que aprovechen los beneficios del notable instituto de la conciliación, tan injustamente tratado el organismo protector del consumidor, negociando las proposiciones de la otra parte, haciendo ~~contra~~proposiciones e incluso pidiendo la diferición de la audiencia y estar en posibilidad de continuar las negociaciones a intervención de la Procuraduría en funciones de verdadero conciliador será de mucho valor para lograr el avenimiento de las partes.

Por lo que respecta a la sociedad de consumo, en la actualidad significa el fenómeno económico de la producción y la distribución en grandes volúmenes técnicos y económicos, que les da una situación de total preponderancia para imponer lo que es conveniente a la economía de la producción. Tienen formas intensas de organización del trabajo y la productividad que se maneja despersonalizadamente por todo el complejo que implica la tecnocracia, sin más propósito que la orientación de la investigación, de la publicidad y de la organización de mercados, y sin más pretensión que la creación de beneficios para la empresa.

Por lo que respecta a los proveedores para lograr el consumo masivo de los objetos que constantemente están lanzando al mercado se valen de la publicidad entendida como el conjunto de los medios para divulgar una noticia o un objeto. La publicidad viene a ser la información acerca del objeto, la cual primero pasa a la presunción y luego a la persuasión oculta, a efecto de lograr un consumo dirigido, pues el objeto debe estar revestido de condiciones que rebasen sus propias cualidades, debe ser modificado, convertido en algo sobresaliente. Esta es la obra principal de la publicidad, elemento absolutamente básico en la sociedad de consumo y que moviliza la necesidad de comprar, a la vez que enlaza la calidad del objeto, dándole una derivación que no se imaginaban.

Ahora bien, se tiene que buscar una colocación a los artículos producidos; se debe sugerir o persuadir su adquisición hasta llegar al proceso de creación de necesidades nuevas, promover compras de artículos, se requiere controlar el comportamiento del consumidor, provocando en él respuestas psicológicas a la renovada posesión de cosas, pues esto da a cada quién cierta sensación de éxito, facilita la elevación del pensamiento responsable.

Por otra parte el proveedor se vale para alentar al consumidor al otorgarle crédito, o la venta a plazos. La financiación, junto con la publicidad, es el instrumento más formidable, que permite adelantar la idea de la felicidad en este mundo, sin esperar a la hipotética vejez, únicamente requiere vender el futuro, que no es propio, a cambio del pre-

sente, porque puede serlo gracias a una simple firma.

Como se puede apreciar lo dispuesto por el artículo 17 del Código Civil, el cual establece sanciones privadas de rescisión equitativa de la deuda cuando se obtengan lucros excesivos, explotando la suma ignorancia y notoria inexperiencia o extrema miseria de la otra parte.

En cuanto al mutuo, el artículo 2395, del Código Civil, establece que al reglamentar el interés convencional, determina que cuando este sea tan desproporcionado que haga fundamentalmente creer que se ha abusado del apuro pecuniario, de la inexperiencia o de la ignorancia del deudor, a su petición el Juez, podrá reducir el interés hasta el tipo legal, mismo señalado en 9% anual. En ningún caso el Código Civil señala el monto especial de los intereses usurarios sino que reserva su estimación a las circunstancias del caso, limitándose a señalar el tipo de interés legal supletorio del convencional.

En cuanto a la usura, Francisco González de la Vega, manifiesta que el Código Penal, transforma el delito de fraude a la usura, cuando se reúnen las siguientes condiciones legales:

a).- Una ventaja usuraria, entendiéndose por ella la estimación convencional de Créditos o lucros superiores al usual en el mercado. La Ley Penal, no está en posibilidad de fijar concretamente un tipo por encima del cual se estimen por usurarios los intereses porque las necesidades económicas cambian frecuentemente a través del tiempo y en las distintas regiones; un tipo de interés que pueda ser considerado como usurario de época -

cas de bonanza económica, no lo serán en estados de crisis en que los capitales se rehuyen, sabiendo el tipo de las operaciones.

b).- La ventaja usuraria debe ser consecuencia de la ignorancia o de las malas condiciones económicas del deudor. No toda usura es constitutiva de delito aún cuando los réditos o lucros sean exageradísimos; se hace mantener para la interpretación del fraude, el abuso de la ignorancia del deudor entendiéndose por tal su desconocimiento del negocio que le plantea su incultura o inexperiencia, sea por razón de edad o por desconocimiento del ambiente económico o las malas condiciones del mismo, debido a las cuales se ve urgentemente apremiado a aceptar pactos leoninos para solventar su angustiada situación.

El fraude de usura no contiene como elemento el engaño, especialmente cuando el pacto leonino se obtiene por las malas condiciones económicas de la víctima.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, modifica estos elementos; en primer lugar tenemos la autorización que le otorga la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, para fijar entre otras, tasas máximas de interés ordinario y moratorio y en ausencia de los últimos, un máximo del 25% sobre el ordinario y en segundo término, basta la fijación de intereses superiores a los fijados, para que se configure el delito, independientemente de la ignorancia del deudor.

Otra de las modalidades viene a ser las ventas a domicilio establecida por la Ley Federal de Protección al Consumidor, y que las ventas a domicilio deberán constar en un contrato es -

crito que contendrá una serie de requisitos esenciales para el contrato de Compra+Venta que son de acuerdo a lo estipulado por el artículo 47 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

- "a).- El nombre y dirección del proveedor y su empleado vendedor en su caso;"
- "b).- El registro Federal de causantes del proveedor y su empleado vendedor, en su caso;"
- "c).- El nombre y dirección del consumidor;"
- "d).- La designación precisa de la naturaleza y características de los bienes o servicios contratados;"
- "e).- Las condiciones de ejecución del contrato;"
- "f).- El precio y demás requisitos señalados en el artículo 20;"
- "g).- La facultad del consumidor para revocar el consentimiento."

"El consumidor conservará un ejemplar del contrato"(18).

El artículo 48, de la Ley Federal de Protección al consumidor, establece que el contrato de ventas a domicilio se perfeccionará a los cinco días hábiles vigentes contados a partir de su firma, a efecto de que su adhesión no sea irreflexiva sino conciente, pugnando con la regla general de que tratándose del consentimiento entre las personas presentes, la aceptación sigue de inmediato, cuando la oferta se le presente a una persona directamente, sin fijación de plazos para aceptarla, el

(18).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR".

autor de la oferta queda desligado si la aceptación no se hace inmediatamente la misma regla se aplicará a la oferta por teléfono.

En el transcurso de los cinco días el consumidor tiene la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna siempre y cuando dicha revocación se haga por los medios idóneos previstos por la propia Ley, esto es, la revocación deberá hacerse mediante aviso o bien entregando personalmente al agente en su caso; o bien remitido por correo certificado con acuse de recibo, o por otro medio fehaciente.

La Ley siempre conoce la realidad social de lo que quiso proteger, aseguró los derechos fundamentales del adquirente, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 28, el cual se refiere a las reglas que deben seguirse en caso de rescisión de los contratos de compra-venta en abonos mismo que en las reformas adiciones publicadas en el Diario Oficial del 7 de Febrero de 1985, textualmente dice:

"Artículo 28.- En los casos de compra-venta a plazos de bienes muebles o inmuebles a que se refiere esta Ley, si se rescinde el contrato, vendedor y comprador deben restituirse mutuamente las prestaciones que se hubieren hecho. El vendedor que hubiere entregado la cosa tendrá derecho a exigir por el uso de ella el pago de un alquiler o renta y de una indemnización por el deterioro que haya sufrido. El alquiler, renta o indemnización serán fijados por las partes al momento de pactarse la rescisión voluntaria o, a falta de acuerdo, por peri-

tos designados administrativamente de someterse el caso a la Procuraduría Federal del Consumidor."

"El comprador que haya pagado parte del precio tiene derecho a los intereses de la cantidad que entregó, computados conforme a la misma tasa con que se pagaron. Cualquier estipulación costumbre, práctica o uso en contrario, serán ilícitos y no producirán efecto alguno." (19).

Cualquiera de las partes contratantes en virtud de la conducta ilícita de una de ellas al no cumplir sus obligaciones, tiene el derecho de exigir el cumplimiento del contrato o bien puede declarar rescindido el contrato, acto este último que no depende de una declaratoria judicial, sino que opera de pleno derecho por la sola contestación que haga el acreedor del incumplimiento del deudor y de la notificación que se le haga de manera fehaciente, con el cual se le pone fin a un acto plenamente válido.

Según la naturaleza del acto, los efectos de este quedarán destruidos retroactivamente, al constatarse el hecho ilícito del cumplimiento que dá base a la rescisión.

El artículo 1949 del Código Civil para el Distrito Federal establece que la facultad de resolver las obligaciones se entiende implícita en las recíprocas, para el caso de que uno de los obligados no cumpliera lo que le incumbía y el perjudicado podrá escoger entre exigir el cumplimiento o la rescisión de la

(19).- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985."

obligación con el resarcimiento de daños y perjuicios en ambos casos, pudiendo pedirse la rescisión aún después de haber optado por el cumplimiento forzoso, cuando este resultare imposible.

A la rescisión se le conoce como pacto comisorio y es gnerico a todos los contratos bilaterales, pudiendo manifestarse en forma expresa o tácita, se auxilie el acreedor en la Ley o lo pacte por escrito sin que se viole al momento de ejercitar esta acción lo establecido en los artículos 14 y 16 de la Constitución General de la República.

"Efectos del contrato para el vendedor.- En el texto de Paulo, el Digesto existen tres obligaciones a cargo del vendedor que son: Entrega de la posesión de la cosa vendida, grantizar contra la evicción de la misma cosa y abstenerse de todo dolo. Y la otra viene a ser la entrega de la cosa en esta obligación, el vendedor tiene el derecho de poseer lo que le es debido o sea, la vacuo possessio, para lo cual se tiene por entrega de la posesión, aún cuando el bien pertenezca a un tercero, mismo que lo puede reclamar por medio de la reivindicación." (20).

(20).- BRAVO VALDES PEATRIZ Y BRAVO GONZALEZ AGUSTIN.- "DERECHO ROMANO".- EDITORIAL PAX.-MEXICO D.F.- 1975.- PAGINAS 131 y 132.

## CAPITULO TERCERO

LA CONCILIACION Y EL ARBITRAJE EN LA PROCURADURIA FEDERAL  
DEL CONSUMIDOR.

a).- Los órganos de la Procuraduría Federal del Consumidor y Procedimiento establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor:

Por su naturaleza y facultades, la Procuraduría Federal del Consumidor, corresponde en su estructura al esquema de los organismos descentralizados, al igual que el Instituto Nacional del Consumidor por otra parte se justifica esta Organización en la necesidad de realizar una función administrativa de carácter especializado porque como lo señalan los doctrinarios, estos requieren de la intervención de personas con la preparación técnica suficiente para el eficaz desarrollo de sus actividades. Entre las ventajas de este organismo se encuentra la posibilidad de generar sus propios recursos económicos, aliviando así, la carga sobre los impuestos pagados por los ciudadanos.

Ahora bien, el Doctor Andrés Sierra Rojas, encuentra los más graves inconvenientes de la descentralización, por destruir lo que llama "la sinceridad y la claridad del presupuesto", y por estimular los despilfarros, también señala que los excedentes de los ingresos recibidos por el organismo descentralizado, son integrados al presupuesto del Estado, ello constituye un poderoso movimiento para una gestión sabia y e-

conómica.

Como claros integrantes de la naturaleza jurídica del organismo Procuraduría Federal del Consumidor, según lo estipulado en el artículo 57 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, encontramos los siguientes datos:

- a).- Organismo Descentralizado;
- b).- De Servicio Social;
- c).- Con Personalidad Jurídica;
- d).- Con Patrimonio Propio;
- e).- Con Funciones de Autoridad Administrativa.

Como corresponde al Instituto Nacional del Consumidor, el Legislador otorgo a la Procuraduría Federal del Consumidor, una serie de atribuciones que le permiten representar los intereses de la población consumidora, asesorarla, estudiar y proponer medidas encaminadas a su protección. Le propone asimismo el formular las denuncias o exitativas procedentes, finalmente, en los casos de conflicto, la facultad para procurar la conciliación de las partes, incluso por vía del arbitraje.

Ahora bien, el concepto de Autoridad competente en la Ley Federal de Protección al Consumidor, confusión que se relaciona con el uso del término autoridad competente, frecuentemente utilizado en el articulado de la Ley, dicha confusión a alcanzado a suponer que la Procuraduría es Autoridad Competente, para imponer las sanciones previstas en los artículos 86 y 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La competencia de la Procuraduría queda delimitada en

los precisos términos del artículo 59, fracción IV, X, y XIII, las cuales contienen especies de los artículos 62, 63 y 65 de la Ley que se comenta y textualmente dicen los siguientes:

"IV.- Estudiar y proponer a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial proyectos de disposiciones jurídicas o de reformas a las que se encuentren vigentes, tendientes a evitar prácticas industriales, comerciales o en la prestación de servicios, que afecten a los consumidores."

"X.- Exitar a las autoridades competentes a que tomen las medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores o de la economía popular."

"XIII.- Organizar y manejar el Registro Público de Contratos de Adhesión a que se refiere el artículo 63."

"Artículo 62.- La Procuraduría Federal del Consumidor, solicitará a la Autoridad Administrativa Competente que regule le venta de productos o la prestación de servicios, cuando por causas inherentes a dicho producto o servicios, o a su empleo inadecuado o anárquico, se deriven efectos perniciosos para la sociedad en general o para la salud física o psíquica de los consumidores."

"Las resoluciones que dicten las autoridades administrativas en los términos de este artículo, son de interés social y de orden público para los efectos que se mencionan

en el artículo 124 de la Ley de Amparo reglamentaria de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos."

El artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se explicará más adelante.

"Artículo 65.- Las autoridades, proveedores y consumidores, están obligados a proporcionar a la Procuraduría Federal del Consumidor en un plazo no mayor de 15 días, o en el que la misma señale, los datos e informes que solicite por escrito y que sean conducentes para el desempeño de su función."  
(21).

Por lo que respecta a las atribuciones de las cuales carece la Procuraduría Federal del Consumidor se dictó un acuerdo del cual se desprende que la Procuraduría, supone ser Autoridad Competente para sancionar las infracciones a la Ley, siendo el acuerdo el siguiente:

"SALVADOR PLIEGO MONTES, Procurador Federal del Consumidor, con fundamento en los artículos 57, 58, 60, fracciones III y IV y demás relativos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para la mejor organización del trabajo y sin perjuicio de mi intervención cuando lo juzgue conveniente, expido el siguiente: -ACUERDO.-

(21).- "DIARIO OFICIAL DEL 7 DE FEBRERO DE 1985."

Primero.- Se faculta al Director General de Quejas para tramitar, acordar y resolver los asuntos materia de la competencia de la Dirección General de Quejas, así como para firmar toda la documentación relativa y ejercer las atribuciones previstas en los artículos 65, 66, fracciones I y II; 86 fracción I, 87 y 88, 89, fracciones I, II, y III, de la Ley Federal de Protección al Consumidor . . . . .

Segundo.- .... Tercero.- El presente acuerdo entrará en vigor en toda la República Mexicana el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.- México, D.F., a 15 de octubre de 1980.- El Procurador Federal del Consumidor, Salvador Pliego Montes.- Rúbrica." (85).

Se demuestra el error de la Procuraduría con los siguientes razonamientos:

El Estado cumple sus funciones a través de sus órganos los cuales ejercerán sus funciones de acuerdo con la distribución de las atribuciones que a cada uno de esos órganos otorgue la Ley de la materia como puede ser la impartición de justicia, de ejecución, de administración etc., estas funciones del Estado, para su valides, requieren del atributo de legalidad, representando por la concordancia entre las disposiciones de la Ley y la actividad estatal, o sea para que la función de los órganos del Estado sea válida, se requiere que sus actos se desenvuelvan dentro del marco que le señale la

(22).- "DIARIO OFICIAL DEL 22 DE OCTUBRE DE 1980."

Ley, si no se cumple con este requisito es causa de responsabilidad, en consecuencia, si analizamos el contenido del artículo 59 observamos que entre las quince, únicas atribuciones en dicho numeral, ninguna otorga a la Procuraduría, la facultad para sancionar las infracciones a lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, y que las únicas atribuciones que el Legislador otorgo a la Procuraduría Federal del Consumidor, en calidad de apremio, para el desempeño de las funciones que le atribuye la Ley, quedaran consignadas en el artículo 66, multa hasta por el importe de cien veces el salario mínimo general diario correspondiente al Distrito Federal. En caso de reincidencia, la multa se duplicará y para lo cual se aplicara lo dispuesto por el artículo 88, de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En efecto, conforme al artículo 41 de la Constitución "el pueblo ejerce su soberanía por medio de los poderes de la Unión, en los casos de competencia de estos, y por los de los Estados, en lo que toca a sus regímenes interiores", (23), es evidente que cuando un poder ejerce actos de competencia de otros, o cuando la Autoridad Federal realiza actos de la competencia de otros, o cuando la Autoridad Federal realiza actos atribuibles a los de los Estados, o viceversa, deja de ser representante de la soberanía popular, el Estado no está expresando su voluntad y el representante que así obra fuera de los límites de su representación, sólo manifiesta su voluntad propia, cometiendo usurpación de poder. Si por ejemplo fuera

(23).- MORENO PADILLA JAVIER.- "CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS".- EDITORIAL TRILLAS.- CUARTE EDICION.- MEXICO D.F.- 1987.

de cualquier posible excepción al sistema de separación de poderes, el Congreso o el Ejecutivo resolviera un litigio Civil sobre divorcio, o si el poder Judicial otorgara una concesión de aguas, de petróleo o de minas o expidiera una Ley, indudablemente que ninguna de esos actos necesitaría de una resolución Judicial para privarlos de sus efectos, si había algún efecto material que se derivara de esos actos, sería motivo, no de un procedimiento de nulidad, si no de un juicio de responsabilidad Civil o Penal según el caso.

El artículo 63 de esta Ley, ordena a la Procuraduría Federal del Consumidor, vigilar que los Contratos de Adhesión no contengan cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas u obligaciones inequitativas, el cual dice:

"Artículo 63.- La Procuraduría Federal del Consumidor vigilará que los contratos de adhesión no contengan cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o les impongan obligaciones inequitativas."

"La misma atribución se ejercerá respecto a las cláusulas uniformes, generales o estandarizadas de los contratos hechos en formularios, machotes o reproducidos en serie mediante cualquier procedimiento y, en general, cuando dichas cláusulas hayan sido redactadas unilateralmente por el proveedor del bien o servicio sin que la contraparte tuviere posibilidad de discutir su contenido".

"Cuando los contratos a que se refiere este artículo hubieran sido autorizados o aprobados, conforme a las disposiciones legales aplicables por otra autoridad, ésta tomará las medidas pertinentes, previa audiencia del proveedor, para la modificación de su clausulado, a moción de la Procuraduría Federal del Consumidor."

"Cuando los contratos en cuestión no requieran autorización o aprobación por parte de alguna dependencia del Ejecutivo Federal, la Procuraduría en representación del interés colectivo de los consumidores, gestionará en un plazo no mayor de cinco días a partir de que conozca el caso, ante el o los proveedores respectivos, la modificación de su clausulado para ajustarlo a la equidad. En caso de no obtenerse en el término de treinta días, un resultado satisfactorio, la Procuraduría podrá."

"a).- Hacer del Conocimiento del público para su debida advertencia, por si o a través del Instituto Nacional del Consumidor su opinión respecto al contrato de que se trate."

"b).- Demandar judicialmente la nulidad de las cláusulas en cuestión;"

"c).- Elevar a la consideración del Ejecutivo Federal, las medidas conducentes para regular el contenido de los contratos a que este precepto se refiere."

"Para los efectos de esta Ley se entienden por contratos de Adhesión aquéllos cuyas cláusulas fueron redactadas uni -

lateralmente por el proveedor y la contraparte no tuvo oportunidad de discutir las, así como los demás documentos elaborados por los proveedores para uso en sus transacciones mercantiles y que rijan la prestación del servicio o la operación, aún cuando no contengan todas las cláusulas normales de un contrato."

"Cuando los términos de los contratos de Adhesión no requieran autorización o aprobación por parte de alguna dependencia del Ejecutivo Federal, deberán ser aprobados por la Procuraduría Federal del Consumidor en representación del interés colectivo de los consumidores."

"Los términos de dichos contratos deberán ser dictaminados por la Procuraduría Federal del Consumidor dentro del mes siguiente al día en que reciba la solicitud respectiva. De no emitirse el dictamen en dicho lapso se considerará no aprobado el Contrato de Adhesión."

"Los modelos de los contratos, una vez aprobados, deberán ser inscritos en el Registro Público de Contratos de Adhesión que llevará la Procuraduría Federal del Consumidor, en el que deberán inscribirse también los contratos autorizados o aprobados por otras autoridades."

"El uso de Contratos de Adhesión no aprobados previamente por la Procuraduría Federal del Consumidor en los casos de su competencia, será sancionado por la propia Procuraduría, en los términos del artículo 87."

"Cualquier modificación que pretenda hacer a las estipulaciones de un contrato registrado será objeto de nueva aprobación y registro." (24).

El artículo 59, señala las atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, el cual en sus distintas fracciones le ordena realizar una serie de actividades para proteger al consumidor en las maniobras indebidas del proveedor como son:

Representar los intereses de la población consumidora ante las autoridades Administrativas, entidades privadas, proveedores y Autoridades Judiciales precisadas en las fracciones I, II y III; estudiar y proponer medidas de protección al consumidor fracción IV; asesorar a los consumidores fracción V; denunciar violaciones de precios, prácticas monopólicas, hechos constitutivos de delitos, faltas y negligencias oficiales según las fracciones VI, VII, IX y XI; exitar a las autoridades de acuerdo con lo estipulado en la fracción X; comunicar al Instituto Nacional del Consumidor las excitativas hechas a las autoridades fracción XII; velar por el cumplimiento de la Ley fracción XV; procurar los intereses del consumidor fracción VIII. (25).

LOS RECURSOS:

No debería mencionarse siquiera en un comentario relativo  
 (24).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR."  
 (25).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR."

a la audiencia de conciliación prevista por la Ley Federal de Protección al Consumidor, el caso de los recursos procedentes en contra de las resoluciones dictadas durante la audiencia de conciliación en la cual se dirige una exhortación a las partes, el procedimiento jurídico que se advierte al hablar del órgano protector del consumidor, que sostiene que el recurso de revocación es el procedimiento en contra de sus resoluciones dictadas en el curso de la audiencia, de conciliación, por lo cual se apoya en el siguiente razonamiento: El inciso c).- de la fracción VIII, del artículo 59, dice que las resoluciones de la Procuraduría como amigable componedor, admitirá el recurso de revocación; la fracción antes mencionada también menciona conciliar las diferencias entre consumidores y proveedores, fungiendo como amigable componedor; luego entonces, es procedente el Recurso de Revocación, y el Legislador previó, también para todas las resoluciones dictadas con fundamento en la Ley, el Recurso Administrativo de Revisión y, en estricta congruencia con el limpio corte del artículo 59, al Legislar sobre la conducta de la Procuraduría Federal del Consumidor, como amigable componedor o como árbitro, excluyó, como no podía ser de otra manera, de la disposición general que previene la interpretación del Recurso de Revisión, lo relativo a las resoluciones dictadas dentro del procedimiento arbitral y analizando el contenido de la fracción VIII, y por la exclusión de la regla general del artículo 91 de la Ley, a las determinaciones propias del ámbito de Derecho Privado.

En la práctica de la Procuraduría, al promoverse el Recurso de Revisión en relación con alguna determinación toma-

da en la audiencia de conciliación, aquella se resolverá en el sentido de que el promovente confundió el recurso, y por otra parte el Recurso de revocación, lo admitirá, pero en lugar de tramitarlo conforme a su naturaleza de recurso de Derecho Privado, por la misma autoridad que lo dictó y resolver en tres días, lo manejará como si fuera Recurso de Revisión, turnán - dolo al superior jerárquico del funcionario que dictó el acuer do y resolviendo aproximadamente en un año.

Ahora bien, en el artículo 91 de la Ley Federal de Pro - tección al Consumidor, que ya se ha mencionado con anteriori - dad otorga la opción, pero no establece la obligación, de inter - poner el Recurso de Revisión en contra de las resoluciones de las autoridades competentes, salvo el caso de que el acto que lo motivó se encuentre regido por otra Ley, la opción se des - prende del vocablo "podrán", utilizado en este artículo, pro - pío del acto obligatorio, este es procedente contra las reso - luciones dictadas con fundamento en la Ley Federal de Protección al Consumidor; las resoluciones dictadas durante la audiencia de conciliación según la práctica de la Procuraduría, con la excepción ya señalada que no son dictadas con fundamento en la Ley, y para las resoluciones en las cuales se impone multa, deberá contemplarse, para su impugnación, El Juicio de Nuli - dad Fiscal. En relación con el principio de definitividad, re quisito sine qua non para la procedencia del juicio de ampa - ro, el artículo 97 de la Ley Federal de Protección al Consu - midor, dispone que las resoluciones no recurridas dentro del término de quince días, tendrán, administrativamente, el ca - rácter de definitivas.

Por otra parte, cuál, es el sentido y verdadero alcance del verbo gestionar que configura una de las más importantes atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor, se considera que verdaderamente el alcance que el Legislador quiso dar al verbo gestionar, es el de ordenar con el carácter de Autoridad, ya que en primer lugar los actos de la Procuraduría por ser de una autoridad, son de carácter imperativo y en segundo lugar, el carácter de las normas de la Ley Federal de Protección al Consumidor, al ser de orden Público e irrenunciables por los consumidores, son igualmente de carácter imperativo al contener un mandato que no puede dejar de cumplirse, motivo por el cuál como toda norma que al contemplar un presupuesto contienen una sanción como premio o castigo a la desobediencia de su mandato, el mismo Legislador previó la sanción al incumplimiento de la gestión realizada por la Procuraduría.

No podemos considerar que la Procuraduría ha conocido lo desproporcional e inequitativo de un contrato, cuando a petición de la misma, los proveedores exhiban sus respectivos contratos de Adhesión o cuando por la reclamación o denuncia de los consumidores, llegue al conocimiento de la existencia de los contratos con cláusulas de contenido desproporcional e inequitativo, sino cuando después de estos, se ha analizado y estudiado las cláusulas de tales contratos y llega a la conclusión de que las mismas efectivamente contienen cláusulas desproporcionales e inequitativas a car-

go de los consumidores. Lo anterior, igualmente no permite pensar que la intención del Legislador fué que la Procuraduría partiera no del momento en que solicita a los proveedores el Contrato de Adhesión correspondiente, sino a partir de que fué analizado y estudiado el contenido de las cláusulas de los contratos, a través de la formalidad correspondiente y ordene a los proveedores la modificación de las cláusulas de estos contratos, que contengan obligaciones desproporcionadas e inequitativas.

El artículo 8 del Código Civil para el Distrito Federal, el cual textualmente dice:

"Artículo 8o.- Los actos ejecutados contra el tenedor de las Leyes prohibidas o de interés público serán nulos, excepto en los casos en que la Ley ordene lo contrario." (26), como se puede ver en este artículo que todo acto, cláusulas que se estipulen contra lo dispuesto por las Leyes prohibitivas o de interés público se anularán en el caso específico de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en los términos del artículo 1o., las disposiciones de la misma no solamente son de orden público, lo que sería suficiente para la nulidad de todos aquellos actos contrarios a esa disposición, sino son de interés social, estas disposiciones deberán tomarse en cuenta para el análisis de las cláusulas en los contratos de Adhesión sobre bienes muebles o inmuebles. En términos de lo establecido por el artículo 121 de la Constitución General

(26).- GRUZ PONCE LISANDRO Y LEYVA GABRIEL.- "CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL"-  
COLECCION THEMIS  
CHAPULTEPEC.- MEXICO  
D.F.- 1978.

de la República en su fracción II, "Los bienes muebles o inmuebles se registrarán por la Ley del lugar de su ubicación".(27)

Muchos proveedores de bienes o prestadores de servicios usan en sus operaciones de crédito diversos documentos desde los que únicamente contienen datos como los nombres de los proveedores y consumidores, el precio la descripción del bien vendido, y algunas cláusulas y al final un pagaré. Tales documentos pueden considerarse como los previstos en el artículo 36 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo tanto no constituyen propiamente Contratos de Adhesión, sino comprobantes del Contrato Consensual, que con anterioridad a la expedición de dichos documentos, se ha celebrado entre las partes.

El artículo 78, del Código de Comercio dice:

"Art. 78.- En las convenciones mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse sin que la validéz del acto comercial dependa de la observancia de formalidades o requisitos determinados". (28).

(27).- MORENO PADILLA JAVIER.- "CONSTITUCIÓN POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS."  
EDITORIAL TRILLAS.- CUARTA  
EDICION.- MEXICO D.F.- 1987.

(28).- "CODIGO DE COMERCIO".- TRIGESIMA OCTAVA EDICION.-  
EDITORIAL PORRUA S.A.- MEXICO  
D.F. 1981.

c).- LA AUDIENCIA DE CONCILIACION.

Primeramente para hacer incapié a la fracción VIII, del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor, cita a las partes a una audiencia de conciliación en la cual las exhortará a conciliar sus intereses y, si esto no fuera posible, a que las partes la nombren árbitro, si alguna de las partes no estuviere de acuerdo, se dejarán a salvo sus derechos para que los ejercite en la vía que más le convenga, pero esta exigirá una constancia de haberse agotado el procedimiento conciliatorio. Es de manera sencilla, el procedimiento desarrollado por el legislador para solucionar los conflictos surgidos entre proveedores y consumidores, de conformidad con lo dispuesto con la Ley, consumidor y proveedor deberán comparecer a la audiencia de conciliación; si no comparecen el día y la hora señalado puede implicar para el proveedor la imposición de una multa o la intervención de la fuerza pública, según lo establecido por el artículo 66, de la Ley Federal de Protección al Consumidor. En la práctica el consumidor nunca será multado, lo cual si hay interés jurídico de parte del consumidor y no comparece se le archivará su expediente como asunto totalmente concluido al menos que acredite que no compareció por fuerza mayor.

En la interpretación de la primera parte de la fracción VIII, del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría del Consumidor ha adoptado un crite-

rio que la ha llevado a suponer que en la audiencia de conciliación actúa con el carácter de amigable componedor. Este criterio adoptado por la Procuraduría Federal del Consumidor, desconoce los antecedentes históricos de la Institución Arbitral, a la cual pertenece la figura del amigable componedor de la Procuraduría, durante la audiencia de conciliación. Si esta equívoca es perfectamente justificable en tratándose de personas versadas en Derecho e incluso en abogados no especializados en la materia, resulta imperdonable en el Instituto organizado por el Estado para actuar, entre otras funciones, como amigable componedor.

A continuación se transcribe una de tantas resoluciones de la Procuraduría Federal del Consumidor en la cual se contiene el criterio señalado:

Debe señalarse que en contra de lo aseverado, del examen de las constancias de autos (recuérdese que no se trata de actuaciones judiciales sino del acta de la audiencia de Conciliación), no resulta la violación alegada en atención a que la Procuraduría, con apoyo en lo dispuesto por el artículo 10. de la Ley Federal de Protección al Consumidor y actuando como amigable componedor, en los términos del artículo 59, fracción VIII, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene como función primordial, la de conciliar los intereses tutelados por los artículos 10. y 20. de la Ley, sin que se viole en contra de la parte proveedora precepto legal alguno, ya que las disposiciones de la Ley son de orden público e irrenunciables por los consumidores, sien-

do aplicable cualquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones en contrario, lo que conduce a tener todo aquello que estime necesario para dar término a las diferencias que se le someten como amigable componedor y así fallar en lo que es amigable composición, es decir en conciencia, ya que la función conciliatoria que por imperativo que sea de la propia Ley le deviene, actúa con el ánimo de avenir a las partes, sin sujetarse a ninguna regla de Derecho.

Analizando el texto anterior advertimos, que el Legislador ha contemplado dos situaciones diversas:

Una diferencia entre proveedores y consumidores en la cual el legislador atribuyó facultades a la Procuraduría para intervenir como amigable componedor en las diferencias en relación con las cuales, proveedores y consumidores la designaren con tal carácter y la otra es la reclamación contra un proveedor la cual es donde se ordena la observancia de las reglas contenidas en los diversos incisos, que integran dicha fracción pero ya sin la calidad de amigable componedor que aparecía en potencia en el primer supuesto.

Siendo gramaticalmente clara la relación del párrafo que nos ocupa, bastaría la simple lectura del apartado y el conocimiento de los institutos arbitral y conciliatorio para concluir que es válida la posición apuntada, máxime cuando advertimos que ambos supuestos se encuentran claramente delimitados mediante la conjunción "Y", esto es que la Ley, habla de una conciliación y de una reclamación, conviene examinar la amigable composición para demostrar que la Procuraduría Fede-

ral del Consumidor, en la audiencia de conciliación no actúa como amigable componedor, ya que de acuerdo al Diccionario de Derecho Procesal Civil se encuentra la siguiente definición de amigable componedor:

"Los amigables componedores o árbitros de la equidad, están facultados para decidir el litigio de acuerdo con su conciencia, sin atenerse a lo prescrito en la Ley." (29).

Por otra parte no obstante que el Legislador utiliza el verbo conciliar cuando dispone la fracción VIII, del artículo 59, procurar la satisfacción de los derechos de los consumidores conforme a los siguientes procedimientos: en la interpretación sistemática de dicho texto, encontramos que la norma ordena fungir como amigable componedor para lograr la conciliación se ha utilizado en el sentido de alcanzar la composición de las partes o en términos no jurídicos, arreglar a las partes, aveniéndolas, conciliar sus intereses, unificar sus criterios, etc. y no como podría parecer, de primera intención conforme al sentido gramatical, conciliar en la audiencia de conciliación, fungiendo como amigable componedor, lo cual hemos visto ya, constituye un absurdo jurídico, la demostración del erróneo criterio de la Procuraduría del Consumidor, respecto del contenido de la fracción VIII, que

(29).- PALLARES EDUARDO.- "DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL CIVIL".-

EDITORIAL PORRUA S.A.- OCTAVA EDICION.-

MEXICO D.F.- 1975.- PAGINA 427.

ahora nos ocupa, error que de mantenerse dentro de la simple postura de suponer, que es amigable componedor cuando se acuerdo con la Ley no lo es, no tendría mayor trascendencia. En la práctica esta falsa postura sirve de apoyo para concluir que, como el amigable componedor debe fallar sin sujetarse a regla alguna de Derecho, teniendo el carácter de amigable componedor durante la audiencia de conciliación, no deberá sujetarse a ninguna regla de Derecho, lo cual constituye un simple juego de palabras, sin ningún contenido jurídico.

La audiencia de conciliación en la práctica de la Procuraduría del Consumidor.- Lo grave de tan irregular razonamiento es que realizando la Procuraduría, en la audiencia de conciliación, el papel de conciliador, lo que de acuerdo con la Ley, la obliga a dirigir una exhortación a las partes y a procurar su aveniencia, una vez asumido el papel de amigable componedor que supone tener, en el cual se atropellan los derechos del ciudadano sea este proveedor o consumidor puesto que, a partir de la audiencia de conciliación, todo se realiza sin sujetarse a regla alguna del Derecho.

El primero de tales atropellos consiste en la práctica uniforme de la Procuraduría Federal del Consumidor, de volver a citar a las partes, no obstante la negativa de una de ellas o de ambas a conciliarse, lo cual establece una ventaja indebida para el consumidor, ya que el citatorio se formula, una y otra vez, bajo amenazas de multa, pero esto es solamente para el proveedor, no siendo raro el caso que se prolongue por más de dos años.

Es evidente que se está haciendo abstracción del contenido que informa la creación del Instituto Nacional del Consumidor y arbitral porque en los que a los principios universales de protección al consumidor se refiere, ninguno contempla la extorsión del proveedor, el sólo hecho de lo que a la conciliación se refiere, se olvida o se desconoce la estrecha relación que existe entre la conciliación y el arbitraje, figura secular, a esta que se remota al Derecho Romano, ancestro remoto de nuestra legislación en esta materia. En el Derecho Patrio encontramos este entroncamiento en la Constitución de Cádiz avanzada Legislación Española que reglamentó la conciliación y el arbitraje, previendo la intervención de los Tribunales, bajo la condición de que previamente se celebrará la audiencia de conciliación, disposición idéntica encontramos en el artículo 59, fracción VIII, inciso c).- de la Ley Federal de Protección al Consumidor en vigor.

Inicio de la audiencia de conciliación: La Procuraduría Federal del Consumidor, al recibir una queja en contra de un proveedor, señalará fecha para la misma audiencia y emplaza al proveedor, tanta para que concurra a la audiencia, como para que produzca, en dicho acto, el informe a que se refiere el inciso a).- de la fracción VIII, del artículo 59 de la Ley y al mismo tiempo previene al proveedor, para en el caso de que no comparezca, no rinda su informe o lo rinda parcial, será multado hasta por la cantidad del importe de cien veces el salario mínimo general diario correspondiente al Distrito Federal, señalada dicha multa en el artículo 66 fracción I, de la

Ley y en el artículo 59 inciso b).- fracción VIII, le otorga la facultad para citar y hacer comparecer ante su presencia, a ambas partes.

El informe previsto en el inciso a).- Se encuentra asimismo reglamentada la facultad de la Procuraduría Federal del Consumidor para exigirlo; en el emplazamiento que se formula, al proveedor contiene dos importantes advertencias que se recomienda a los proveedores no pasar por alto.

a).- Que el informe debe rendirse por escrito y por duplicado, en un plazo de cinco días hábiles.

b).- Este no debe ser en forma parcial.

En el caso de no rendirse el informe, o bien si este no se rinde en su totalidad por no referirse a cada uno de los puntos de la queja, la Procuraduría impondrá una multa hasta por el importe antes mencionado, independientemente del monto involucrado, circunstancias de la reclamación e incluso si el consumidor no hubiere concurrido a la audiencia; otra de las causas por las cuales un proveedor podrá ser multado, es la de no asistir a la audiencia de conciliación, se recomienda a los proveedores que independientemente de cualquier razón, incluso si la reclamación es notoriamente improcedente o ya fué satisfecha, ocurran a la celebración de la audiencia para evitar costosas y molestas situaciones derivadas de su inasistencia, ya que la Procuraduría, impondrá multa por el desacato al citatorio negándose a dejarla sin efecto, como hemos visto aún en el caso de que la queja se encontrare satisfecha o fuere notoria-

mente improcedente con lo cual el proveedor se verá en el caso de tener que pagar de todos modos y en el mejor de los casos.

**LA PERSONALIDAD:** La Procuraduría Federal del Consumidor bajo la pretensión de que no se acredita la personalidad, rechazará la intervención del proveedor que no exhiba documento de identidad o no acredite ser propietario del negocio, procediendo a multarlo, no obstante su presencia en el local de la audiencia de conciliación, está es una de las más nefastas prácticas de la Procuraduría Federal del Consumidor, la cual partiendo del principio, no expresado, pero claramente advertido en sus actuaciones, de que el consumidor siempre tiene la razón, aprovechando la carencia de documento de identidad y, si este fuera presentado, la omisión de un documento que demuestre que el compareciente es propietario del negocio, para darlo por no presentado y multarlo, colocándolo así en situación de desventaja frente al consumidor y muchos consumidores de mala fé, aprovechan esta práctica para cometer verdaderos atracos contra el proveedor. No existe razón legal alguna para multar al proveedor por el hecho de no identificarse o no acreditar la propiedad del negocio. Es errónea además la pretensión que sostenga la falta de personalidad de un individuo por el hecho de no identificarse. Personalidad es atributo de toda persona y, en términos de Derecho, ser persona implica tener personalidad lo que, a su vez y siempre hablando en términos jurídicos, quiere decir que se es capaz de te

ner derechos y obligaciones.

Independientemente de que, para evitar molestas discusiones y la imposición de multas, se recomienda a los proveedores presentar en la audiencia de conciliación un documento de identidad, en el caso de no llevarlo consigo deberán exigirse se tome nota de su comparecencia en la audiencia de conciliación, manifestando, bajo protesta de decir verdad, cuál es su nombre y ofreciendo acreditar posteriormente ese atributo de la personalidad, Por otra parte es común que el consumidor conozca personalmente al proveedor, hecho que deberá alegarse ante el conciliador, haciendo que aquél lo reconozca como la persona con la cual trató y evitando así cualquier duda respecto de si se trata o no del proveedor.

Todos somos proveedores y consumidores, ya que la Ley contempla como proveedores también aquellas personas que accidentalmente efectúan una operación o realizado un servicio. Conforme a la Ley Federal de Protección al Consumidor y en el caso de una persona que sin tener plantado establecimiento comercial pero teniendo habilidades para la carpintería, le fué encomendada la manufactura de un mueble, al ser recibida reclamación en su contra, la Procuraduría Federal del Consumidor lo requerirá para que demuestre ser propietario del negocio, proveedor que para cumplir con tal exigencia se verá en el caso de tener que exigir las facturas de

su herramientas, lo cual implicaría una aberración jurídica, al otorgar personalidad a un martillo, un serrucho, etc., para de ahí, derivar la conclusión de que el compareciente acreditó su personalidad.

Ahora bien, también es frecuente que de no lograrse la conciliación, la Procuraduría Federal del Consumidor, cita a la continuación de la audiencia, al presidente del consejo de administración de las personas morales, al director, al gerente, administrador, etc., con apercibimiento de multa si no lo hace, lo cual es violatorio de las garantías constitucionales, tal medida, además de demostrar un profundo desconocimiento de las teorías de la representación porque como ya hemos visto, la audiencia de conciliación, en el caso de una persona moral, como ente incorporeo, ideal intangible que es, está solamente podrá concurrir por medio de sus órganos de representación o apoderados. La determinación de quién debe concurrir a la audiencia es de la exclusiva incumbencia de la persona moral, no estando dentro de las facultades de la Procuraduría, el citar a determinado funcionario de dicha persona moral, ya sea citándolo en relación con su cargo o por su nombre, habida cuenta de que al pretender que comparezca personalmente y no por medio de apoderado como viene siendo costumbre citarlo, incurre en una doble e ilegal violación, ya que si bien se encuentra facultada para citar al proveedor, carece de facultades para citar a un tercero ajeno a la relación proveedor-consumidor, independientemente de que sea o no representante del proveedor, pues quién ostenta la calidad de proveedor lo es la persona mo-

ral, no sus funcionarios; por tanto se tacan las garantías Individuales del tercero, al pretender que comparezca a un procedimiento en relación con el cual, como persona física, no tiene ninguna relación.

La Procuraduría Federal del Consumidor, ha desarrollado en la acta de la audiencia de conciliación, todo un complejo que lejos de identificar dicha diligencia con el acto previsto por la Ley, lo acerca más al remedo, de un juicio (con el debido respeto de la Institución). No podía escapar a tal influencia el acta respectiva, la cual, alejándose del texto breve y sencillo que el Legislador previó para los casos en los cuales se diera la Conciliación o el arbitraje, se inicia con la mención del nombre de las partes, haciéndolas aparecer como contendientes en un juicio, mediante la utilización del término latino "Versus" abreviado VS, y en seguida se hace saber que se trata de la audiencia prevista en el artículo X, fracción Z, inciso Y, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y que las partes comparecen ante el funcionario N, según esta es la redacción del acto solemne en el cual el soberano se dignará impartir justicia con su presencia y en ese acto, se le llama conciliador. Como consecuencia, el verdadero contenido de estas actas, se limita a consignar los siguientes extremos:

a).- Comparecen X y Y, b).- Se les exhorta a conciliarse a designar árbitro. Firma del funcionario, firma del conciliador, firma de las partes, si observamos es el escaso contenido de una acta que haga contar el simple hecho de ha-

berse celebrado la audiencia de conciliación.

Como se puede ver el Legislador de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ordenó que el acta se levantara, solamente cuando: Existiera conciliación y cuando hubiera sometimiento al arbitraje según el artículo 59, fracción VIII, inciso b).- de la Ley Federal de Protección al Consumidor, esta disposición encuentra su apoyo lógico, respectivamente en: la necesidad de dejar constancia de la conciliación y sus términos, y la dejar establecida la cláusula compromisoria. De todo lo comentado hasta el momento, es posible advertir que tanto en el curso de la audiencia de conciliación como en el acta relativa, se contempla una desorganización, no encontrando acomodo, al final de cuentas, en el procedimiento de la Procuraduría; durante la audiencia de conciliación, en efecto si en el transcurso de estos comentarios nos percatamos de la existencia del principio seguido por la Procuraduría, no manifestado expresamente, pero fácilmente advertible a través de sus actuaciones en el sentido de que el consumidor siempre tiene la razón, no constituye tal postulado una verdad absoluta, ya que esto viene a ser una mala administración de la audiencia de conciliación. Un indicio de lo anterior, lo constituye el hecho de que los litigantes que habitualmente concurren a la Procuraduría Federal del Consumidor, busquen el ser recomendados con el conciliador que va a manejar la conciliación en la cual tiene interés. No se justificaría la necesidad de tales recomendaciones, si el acto se mantuviera dentro de los límites propios de su naturaleza; por el contrario, la desorganización

que priva en esa audiencia y la facilidad con la cual se aplican medidas arbitrarias e ilegales, constituyen un poderoso atractivo para quien este dispuesto a recibir influencias extrañas, en perjuicio del consumidor o del proveedor.

Debemos referirnos ahora a uno de los puntos que posiblemente a colaborado en mayor grado a la descomposición apuntada y es el que se refiere a la absurda costumbre de la Procuraduría de que las partes hagan uso de la palabra, asentándose en el acta de la audiencia de conciliación cuantas sandedes quieran expresar las partes, lo que trae como consecuencia, además del innecesario alargamiento de la audiencia, el interés de conciliación que supuestamente debe prevalecer en un acto de tal naturaleza y así empiece a alterarse puesto que una acusación, a una demanda, la contrademanda y la expresión de agravios, la reacción contraria; se hace constar asimismo y lo inconcebible se acuerdan favorablemente solicitudes para que se practiquen peritajes, efectuar careos, se haga comparecer a terceros a absolver posiciones o toda clase de desatinos.

Lo verdaderamente criticable de estas situaciones es que el conciliador, quién por lo menos debería actuar como moderador, no solamente no modera esas actitudes haciendo comprender a los participantes la impertinencia de sus peticiones, sino que probablemente influido por el ambiente reinante, llega a dictar verdaderos perjuicios en contra del proveedor, por lo tanto el proveedor debe limitarse a rendir su informe escrito y a examinar las proposiciones que le formu-

le el consumidor o el conciliador, a formular a su vez, verbalmente, las contraposiciones que a su interés convengan, negociando los términos de la conciliación. Pero, si en el curso de la audiencia el conciliador, resolviere ordenar un peritaje no solicitado de común acuerdo o la práctica de alguna diligencia como inspección, avalúo, etc., bastará que el proveedor manifieste que se opone.

Ahora bien, debe puntualizarse que no tratándose de un juicio sino del acto administrativo de conciliación, todo lo manifestado, solicitado y exigido por las partes, tendrá el mismo valor que si se manifestará ante un empleado de ventanilla, con la circunstancia de que el empleado de ventanilla, tendría el buen juicio de no asentar ninguna de las manifestaciones de las partes, y también en la audiencia de conciliación se le solicitará al proveedor la exhibición de toda clase de documentos, unos existentes y otros inexistentes.

## d).- EL ARBITRAJE:

El arbitraje de Derecho Privado requiere de la conformidad de las partes, manifestando a través de la cláusula compromisoria, y este en su modalidad de amigable composición, requiere de la estipulación de las partes, designando al amigable componedor como árbitro, además si la Ley Federal de Protección al Consumidor, contempla el desarrollo de un Juicio Arbitral en la cual la Procuraduría Federal del Consumidor fungiera como árbitro, no puede pasar por alto una de las especies que integran esa Institución, o sea amigable composición, el nivel para la amigable composición es precisamente la etapa inicial, en particular tratándose de negocios que por su naturaleza o poco monto o sencillez, no justificaría el desarrollo de toda una secuela hasta concluir con el juicio arbitral. No se concibe que el legislador de la Ley, hubiera diferido la posibilidad de la amigable composición hasta después de la audiencia de conciliación, ya dentro de la fase arbitral.

A continuación se menciona el procedimiento seguido en la Dirección General de Arbitraje de la Procuraduría Federal del Consumidor.

"En la Ciudad de México, Distrito Federal siendo las doce horas del día X del mes Y de mil novecientos ochenta y siete, día y hora previamente señalado en autos, para que tenga verificativo la audiencia de Compromiso Arbitral, ante el C. Licenciado N, Director de Arbitraje, asistido en este acto por el C. Secretario Arbitral, Licenciado X, quién certifica la comparecencia del actor (a) X, mismo que en este acto se

identifica con X, (en caso de representar persona jurídica) y acreditar personalidad en los términos de X, mismo que en fotocopia se anexa al expediente, previo cotejo que se hace en este acto con el original, el cual a petición de parte se devuelve al interesado; asimismo se certifica la comparecencia de X, en su carácter de apoderado o con carta poder de parte del proveedor, demandado quién acredita su personalidad en los términos de X, quién se identifica con: X, quién en este acto exhibe fotocopia del poder, mismo que previo cotejo que se hace con el original el cual a petición de parte se devuelve al interesado, se anexa al expediente en que se actua. En uso de la palabra los comparecientes, con la personalidad que han acreditado y que se reconocen mutuamente, manifiestan que comparecen voluntariamente para el efecto de señalar como Arbitro a esta Procuraduría Federal del Consumidor, de acuerdo al Artículo 59, fracción VIII, inciso b), c), d), y e), de la Ley Federal de Protección al Consumidor y los artículos 609 616, 617 y demás relativos y condardantes del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, así como para fijar el negocio y las modalidades en las que deberá llevarse el Juicio Arbitral.

#### BASES DEL PROCEDIMIENTO:

A continuación, las partes hacen saber que aceptan la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y adoptan como Código supletorio para el procedimiento del Juicio Arbitral, las disposiciones contenidas en el Código de Procedimientos Civiles de esta entidad, en especial el

capítulo relativo al juicio ordinario, de acuerdo con las siguientes modalidades y limitaciones:

a).- Los comparecientes convienen en que el procedimiento sea oral, se aplicará preferentemente la Ley Federal de Protección al Consumidor y a su falta o en su defecto se aplicará lo dispuesto por el Código de Procedimientos Civiles del Distrito Federal, en lo relativo al Juicio Ordinario Civil, fijándose al respecto las siguientes limitaciones y modalidades:

b).- Se obligan las partes a que tanto la demanda como las demás promociones que se produzcan, se presenten ante la Oficialía de Partes de esta Dirección:

c).- Están conformes las partes en que para los efectos de precisar sus pretensiones del consumidor, se le concede a este el término de cinco días hábiles, para que por escrito presente su demanda, con la salvedad que no podrán ejercitarse nuevas pretensiones de las que contiene el negocio que se sometió al arbitraje; y para el caso de que el consumidor no presente su demanda en tiempo, se dará por terminado el arbitraje y se ordenará el archivo definitivo del expediente;

d).- Admitida la demanda, al actor, se correrá traslado con la misma al demandado, y citando igualmente al consumidor se señalará día y hora para que tenga lugar la Audiencia de Contestación Demanda, Excepciones y Ofrecimiento de pruebas, admisión de las mismas; están de acuerdo las partes en que esta diligencia se celebre aún en ausencia de las mismas, la ina-

sistencia a esta audiencia dará como resultado que se tengan por confesados los hechos de la demanda en forma positiva y no se admitan las pruebas que no podrán presentarse por Oficialía de partes.

e).- Pactan las partes, que en la Audiencia precitada, el proveedor se obliga a contestar por escrito la demanda interpuesta en su contra, dando copia de la misma a la actora, sin que proceda por ello la réplica y la dúplica, sino sólo para efectos de conocer su contenido antes del ofrecimiento de pruebas; para el caso de que no conteste el proveedor la demanda, se hará la declaración de rebeldía, aplicándose en lo sucesivo el título IX del Código Procesal ya citado.

Las notificaciones se regirán conforme a lo dispuesto por las reglas establecidas en el título II, capítulo V, del Código Procesal mencionado: con la salvedad, que el emplazamiento de la demanda y citación a la audiencia inciso c), se hará con anticipación de cuando menos cinco días hábiles;

g).- Están conformes las partes en que el ofrecimiento de pruebas se efectúe en la audiencia respectiva, mediante escrito de cada parte, relacionándolas con cada uno de los puntos controvertidos y conforme a los términos de los demás incisos de las bases procedimentales, sin que proceda ofrecer posteriormente, sino las que tengan el carácter de supervenientes; asimismo están conformes en que para los efectos de objetar las pruebas propuestas y admitidas a cada uno de ellos, se hará dentro del término de tres días hábiles contados a partir del

siguiente a aquel en que tenga verificativo dicha diligencia.

h).- Estan de acuerdo las partes en que son admisibles todos los medios de prueba permitidos por la Ley, con la salvedad que facultan a esta Procuraduría para que una vez contestada la demanda y en tratandose de cuestiones técnico-mecánicas, electromecánicas, eléctricas o en trabajos de construcción relativos a vicios, faltas de terminación o mala relación, se limiten las pruebas a la Pericial, Documentales, Instrumentales de Actuaciones y Presuncionales, siempre y cuando esto no afecte algún otro punto controvertido sujeto a prueba.

i).- La parte que ofrezca la prueba confesional, deberá adjuntar en el momento que proponga la misma, el pliego de posiciones respectivo, con apercibimiento que de no hacerlo se le desechará de plano esta, sin que proceda recurso alguno contra el auto que así lo determine.

j).- Están conformes las partes, en que aquellas que ofrezcan la prueba testimonial, se obliga a presentar a sus testigos, salvo casos de excepción justificada y demostradas a juicio del árbitro.

k).- Las tachas de testigos se hará dentro del término de tres días después de celebrada la audiencia de recepción de pruebas y alegatos.

l).- Para el desahogo de la prueba pericial, las partes estarán a lo expresamente dispuesto en la sección IV del Capítulo IV, Título VI, del Código que adoptaron como supletorio, con la salvedad de que se obliga el oferente de dicha prueba a

exhibir el pliego que contenga los puntos sobre los que versará la misma, así como a presentar a sus peritos para la aceptación y protesta del cargo, aceptado que en caso de que ninguna de las partes presentare dentro del término que le fuere concedido a sus peritos, esta Dirección General de Arbitraje designará perito único para el desahogo de dicha prueba.

11).- Concluido el desahogo de todas y cada una de las pruebas están conformes las partes en que se les conceda el uso de la palabra a cada uno, para que brevemente aleguen lo que a su Derecho convenga.

m).- El único recurso admisible durante la secuela del procedimiento, será el de Revocación, de conformidad con el artículo 59 fracción VIII, inciso c).- de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que deberá interponerse por escrito, dentro de las veinticuatro horas siguientes de la notificación del auto impugnado, y el cual será resuelto por la propia Dirección General de Arbitraje,

n).- Renuncian las partes a los términos señalados en los artículos 29<sup>o</sup> y 617 del ordenamiento legal a que se ha venido haciendo mención; asimismo, están conformes en facultar a ésta Procuraduría para que se dicten las resoluciones y lleve a cabo todas aquellas diligencias necesarias, para la continuación y terminación del procedimiento, facultándola de igual modo para la aplicación del Título Séptimo, Capítulo Quinto, Sección Primera del Código de Procedimientos Civiles, así como para que dicte el laudo correspondiente en conciencia y conforme a la equidad.

ñ).- Acuerdan igualmente que en caso de que no exista promoción por ninguna de ellas, dentro del término de noventa días naturales, se declare oficiosamente la caucuidad de la Instancia. "CAUCUIDAD DE LA INSTANCIA.- Extinción de la relación jurídica procesal a consecuencia de la inactividad del demandante y del demandado durante un cierto tiempo".

o).- Las partes están de acuerdo en que el presente negocio arbitral puede terminar mediante convenio que se efectúe ante el C. Procurador Federal del Consumidor, mismo que para su validez y eficacia deberá ser debidamente ratificado y sancionado mediante resolución dictada por el propio Procurador en los términos de los artículos 628, 632, y 633 del Código de Procedimientos Civiles en relación a los artículos 443 fracción III y 327 fracción II del propio Código, señalándose para el cumplimiento y ejecución tanto del convenio como del laudo a cualquiera de los Jueces del Ramo Civil del Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que se haga merecedora quien lo incumpla, o de lugar a ellas. Sirviendo de base para lo anterior, lo dispuesto por el artículo 59 fracción VIII, inciso d) y e).

p).- Señalan las partes como domicilio para oír y recibir notificaciones: El consumidor X, comprendida entre las calles de X, de la colonia X, Código Postal X, y con número telefónico X, El proveedor X, comprendida entre las calles de X, de la colonia X, Código Postal X, y con número telefónico X.

q).- Las partes expresamente facultan a esta Autoridad pa-

ra que en cualquier momento durante el procedimiento o bien concluido este, se les aplique los medios de apremio y las sanciones previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, con el propósito de mantener el principio de igualdad entre ellos.

"Por último se dictará el acuerdo respectivo."

## CAPITULO CUARTO

IRREGULARIDADES EN LA PRACTICA ANTE LA PROCURADURIA  
FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

## a).- ERRORES:

El desconocimiento de los principios que informan la protección al consumidor, ha llevado a la autoridad a una desordenada conducta cuya única finalidad, al parecer, ha sido la de procurar que a sus oficinas concurran el mayor número de personas ya que el único medio que el Legislador puso a su disposición para ello, es el de citar, compulsivamente, a la audiencia de conciliación y se recurre al procedimiento de invitar al público, a través de los medios de comunicación masiva, a que presenten sus quejas para, posteriormente citar, bajo apercibimiento de multa, al mayor número posible, de proveedores multiplicando el número de audiencias de manera innecesaria. En el caso de quejas infundadas o improcedentes en contra de proveedores de buena fé, se resienten de la arbitraria conducta de la Procuraduría al tratar de imponerles una solución favorable para el consumidor, no obstante su notoria improcedencia de su queja e impertinencia.

Ahora bien a las encontradas opiniones del público, debemos agregar las de la misma autoridad, la cual, a través de los medios de difusión, se han manifestado, de manera uniforme en el sentido de que es lamentable que la Ley no le proporcione más elementos de presión, es de suponerse que es necesario proponer reformas que conviertan en obligatorio el arbitraje de la Procuraduría.

En efecto, no obstante el gran complejo preventivo contenido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, antes de las Reformas y adiciones publicadas en el diario oficial el 7 de Febrero de 1985, ya que doce de trece fracciones del artículo 59 era notorio el desequilibrio que se advierte en la Procuraduría Federal del Consumidor, al otorgar una exagerada atención a la fase conciliatoria, al grado de canalizar toda clase de denuncias, quejas, reclamaciones, sugerencias y acusaciones del público, era de tal magnitud este desvío que para un observador que desconociera la Ley, la Procuraduría Federal del Consumidor, podría quedar definida como una entidad cuya función fuera la de practicar audiencias de conciliación.

Ahora bien, en la demostración hecha en la fracción VIII, del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, de acuerdo a las reformas del 7 de Febrero de 1985, en cuanto a su contenido que a la letra dice:

"Procurar la satisfacción de los derechos de los consumidores conforme a los siguientes procedimientos:

a).- Recibir las quejas y reclamaciones que procedan de acuerdo con esta Ley y requerir al proveedor que rinda un informe por escrito sobre los hechos, dentro de un plazo de 5 días hábiles, si del informe del proveedor se infiere que está dispuesto a satisfacer la reclamación, previa comprobación de la satisfacción al consumidor, se dará por concluido el caso.

b).- De no haber quedado satisfecha la reclamación del consumidor se citará a este y al proveedor a una audiencia de con-

ciliación, de la cual se levantará acta, sea cual fuere el resultado de la misma. Si hubiere conciliación, y el proveedor queda obligado a alguna prestación, se estará a lo dispuesto en el inciso E), de esta fracción:

De no haber concurrido el consumidor a la audiencia de conciliación, se tendrá por desistido de su reclamación y no podrá presentar otra ante la propia Procuraduría por los mismos hechos y respecto del mismo proveedor, sin perjuicio de hacer valer sus derechos en otra vía, salvo que justifique dentro de los 10 días hábiles siguientes a la celebración de la misma, la causa de la inasistencia, en cuyo caso se citará de nueva cuenta por una sola vez a otra audiencia de conciliación.

c).- Si el consumidor y proveedor asisten a la audiencia de conciliación y no se lograra ésta, la Procuraduría Federal del consumidor los invitará a que de común acuerdo la designen árbitro, sea en amigable composición o en juicio arbitral de estricto derecho, a elección de los mismos. El compromiso se hará constar en acta que al efecto se levante.

En amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto de arbitraje y la Procuraduría resolverá en conciencia y buena fé guardada, sin sujeción a reglas legales, pero observando las formalidades esenciales del procedimiento. La Procuraduría tendrá la facultad de allegarse a todos los elementos de prueba que juzgue convenientes o necesarios para resolver las cuestiones que se hayan sometido en arbitraje; la resolución correspondiente sólo admitirá

aclaración de la misma.

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

Las resoluciones en Juicio Arbitral de estricto derecho, dictadas en el curso del procedimiento, admitirán como único recurso el de revocación. Los laudos no admitirán recurso alguno, si así lo disponen las partes en el compromiso arbitral.

d).- Si no hubo conciliación ni compromiso arbitral o el proveedor no asistió a la audiencia a que se refiere el inciso b), pero si el consumidor, la Procuraduría analizará los hechos motivo de la reclamación para determinar si implican posible violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor. En el caso de que se concluya respecto a la inexistencia de la posible violación se dictará resolución, dejando a salvo los derechos del proveedor y consumidor, para que los ejerciten ante la Jurisdicción Ordinaria. De inferirse la existencia de una posible violación, se dará a consumidor y proveedor un término de 10 días hábiles comunes a ambas partes para que rindan pruebas y formulen alegatos, hecho lo cual en un lapso que no excederá de 15 días hábiles, con base, en las circunstancias, pruebas y otros elementos de juicio, determinará si existió o no

la violación y dictará la resolución administrativa que proceda, dejando a salvo los derechos de proveedor y consumidor, según sea el caso, para que los ejerciten ante la Jurisdicción Ordinaria.

Si los hechos motivo de la reclamación consisten en infracciones a los artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor diversos de los mencionados en el artículo 87 de la misma, se harán del conocimiento de la autoridad competente.

e).- Los reconocimientos de los proveedores de obligaciones a su cargo y los ofrecimientos para cumplirlas, formulados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, que consisten por escrito y sean aceptados por el consumidor; obligan de pleno derecho. Los laudos que dicte la Procuraduría traen aparejada la ejecución, la que podrá promoverse ante los tribunales competentes.

f).- Los plazos para presentar las reclamaciones con base en ésta Ley serán los previstos en la misma, de no haber previsión alguna, de seis meses siguientes al día en que se haya recibido o debió recibirse el bien, se haya disfrutado o debió disfrutarse el servicio. Tratándose de bienes inmuebles, dicho plazo será de un año. En todo caso, presentada oportunamente la reclamación se tendrá por interrumpido el término para la prescripción de las acciones del orden Civil o Mercantil durante el lapso que dure el procedimiento a que se refieren los incisos a), b), y d), de ésta fracción.

g).- Dentro del procedimiento a que se refiere esta fracción, la Procuraduría Federal del Consumidor, podrá recibir billetes de depósito expedidos por la Institución Nacional Financiera S.A. y de lo cual notificará al interesado para los efectos legales a que hubiere lugar. Una vez concluido el procedimiento, se endosarán dichos billetes según corresponda.

h).- Cuando se haya presentado alguna reclamación en la Procuraduría Federal del Consumidor o se esté substanciando el procedimiento a que se refiere esta fracción, resultará improcedente, en otra vía, cualquier juicio para derimir las diferencias entre proveedores y consumidores por los mismos hechos.

i).- Si para resolver sobre la reclamación se requiere peritaje respecto de las condiciones del bien adquirido u objeto, determinado servicio, se aceptarán los peritos que propongan proveedor y consumidor y, en caso de discrepancia entre ellos, la Procuraduría Federal del Consumidor designará un perito. Lo mismo se observará en caso de que proveedor y consumidor o uno solo de ellos no proponga peritos." (30).

Es un error que de mantenerse dentro de la simple postura de suponer que es amigable componedor cuando de acuerdo con la ley no lo es, no tendría mayor trascendencia. En la práctica, esta falsa postura sirve de apoyo para concluir que, como el amigable componedor debe fallar sin sujetarse a regla

(30).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR".

alguna de derecho, teniendo el carácter de amigable componedor durante la audiencia de conciliación, no debería sujetarse a ninguna regla de derecho, lo cual constituye un simple juego de palabras sin ningún contenido jurídico.

En cuanto a la fecha señalada para la celebración de la audiencia de conciliación, y frecuentemente con retrasos hasta de dos horas, las partes serán voceadas para concurrir ante el conciliador, pero en las Delegaciones de la Procuraduría, los retrasos son menos visibles. Se recomienda al proveedor sea puntual a la cita ya que de no estar presente cuando se inicie la audiencia, será irremisiblemente multado, independientemente de que la reclamación pudiera ser o no procedente, lo que a su vez lo coloca en una situación de desventaja frente al consumidor porque la Procuraduría Federal del Consumidor, utilizará el arma de la multa con fundamento en lo dispuesto por el artículo 66 fracción I, el cual dice: "Multa hasta por el importe de cien veces el salario mínimo general diario correspondiente al Distrito Federal. En caso de que persista la infracción podrán imponerse multas por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo. De reincidir el proveedor, se estará a lo dispuesto en el artículo 88." (31), esta multa es para forzar el arreglo en favor del consumidor, sea o no procedente su reclamación, bajo la petición de que accediendo al pedimento del consumidor, la multa será dejada sin efecto.

(31).- "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR".

En sus diversos sentidos, el término audiencia reconoce en su origen a la acción de oír y también, de manera general, tales sentidos reconocen en su manifestación el acto del soberano que escucha la voz de sus súbditos, del tribunal que imparte justicia, y como dice Eduardo Pallares, en su Diccionario de Derecho Procesal Civil "En general, significa el acto en el cual el Juez o Tribunal oye a las partes o recibe pruebas." (32).

Ahora bien Hugo Alsina, manifiesta sobre el mismo tema lo siguiente: "d).- Audiencia.- Es otro medio de comunicación, pero no ya entre las partes, sino entre esta y el Juez, y eventualmente con la intervención de terceros como testigos, peritos, etc. Es el acto en el cual el Juez, escucha las peticiones de las partes que verbalmente formulan de todo lo cual se deja constancia mediante actas que se agregan a los autos." (33).

Como se puede ver en la definición anterior es desafortunada y contraria a lo dispuesto por la Ley, la utilización del término audiencia por lo que el legislador quiso mantener dentro de los límites de la junta de conciliación, con la valiosa ayuda de la autoridad como conciliador.

(32).- PALARES EDUARDO.- "DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL CIVIL"- OCTAVA EDICION.- EDITORIAL PORRUA S.A.- MEXICO D.F.- 1975.- PAGINA 108.

(33).- ALSINA HUGO.- "TRATADO TEORICO PRACTICO DE DERECHO PROCESAL CIVIL Y COMERCIAL"- EDITORIAL PORRUA S.A.- SEGUNDA EDICION.- TOMO I.- MEXICO D.F.- 1975.- PAGINA 690.

El legislador contempló una exhortación a las partes no una imposición sobre las mismas, trátense de proveedores o consumidores.

La utilización indebida del término audiencia de conciliación, para lo que la Ley ordena como junta de conciliación, es una de las manifestaciones involucradas en todo un complejo creado alrededor de la audiencia de conciliación, acto administrativo de simple exhortación a los particulares, para convertirlo en un remedo de una audiencia de demanda, otro irregular procedimiento lo constituye la práctica de la Procuraduría Federal del Consumidor, consistente en dirigir comunicaciones a los jueces o a los presuntos actores más frecuentemente al primero, pidiéndoles que se abstengan de seguir conociendo de determinado juicio, por encontrarse en la fase conciliatoria y a los particulares previniéndolos para que se abstengan de iniciar acción en contra del consumidor.

Este es un medio al que han acudido muchos litigantes cuando, su cliente no tiene la posibilidad de pagar el importe de un título de crédito, depositan una pequeña suma, en la Procuraduría Federal del Consumidor, en calidad de consignación, inventan un conflicto de crédito y tranquilamente esperan a que llegue la fecha de la audiencia, mientras más lejana, mejor, tiempo suficiente para que su cliente reúna el dinero de que carecía, ya que el proveedor habrá sido amenazado con multa hasta por el importe de cien veces el salario mínimo general correspondiente al Distrito Federal, si inicia acción en contra del consumidor, a con-

tinuación se menciona la prevención que siempre acostumbra la Procuraduría Federal del Consumidor, la cual a la letra dice: "Lo que se hace de su conocimiento para que se abstengan de intentar acción judicial en contra del consumidor hasta en tanto sea agotado el procedimiento conciliatorio, tal como lo previene el inciso f), de la fracción VIII, del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, apercibiéndole de que en caso de no dar cumplimiento a esta prevención se hace(n) acreedor(res) a las medidas de apremio previstas en los artículos 66 de la Ley citada.", obsérvese que los artículos mencionados en este párrafo no apoyan la pretensión de la Procuraduría Federal del Consumidor, sino que la contrarían porque el inciso f), reconoce el derecho de las partes de presentarse ante la Procuraduría para presentar su queja y denunciar sus derechos.

De las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no podemos pasar por alto la contemplación del artículo 29 Bis, su comparación con el resto del cuerpo normativo que nos entrega la imagen de una inserción totalmente ajena a los postulados de la Ley, la cual regula el funcionamiento de los sistemas conocidos como autofinanciamiento, vocable cuyo significado inicial era el de que los participantes se financiaban ellos mismos, a falta de control por parte del Estado, desembocó una serie de maniobras en perjuicio de los consumidores, quienes, con las salvedades de los negocios manejados con honorabilidad, se vieron en el ca-

so de perder su inversión, lo cual llamo la atención que el Estado no hubiera evitado este tipo de acciones, contando con los instrumentos legales para ello ya que tales negociaciones utilizaron en sus denominaciones publicidad, papelería, etc., el término autofinanciamiento.

Con las consecuencias que ahora se procura evitar a través del artículo 29 Bis, otorgando carta de naturalización, dentro del sector comercio, a una operación que guarda más semejanza con una operación de crédito o de banca que con un acto de comercio,

Esta discrepancia a obligado al legislador del 29 Bis a recurrir al término de comercialización para calificar a la operación propia de una institución de crédito, desde ahora contemplada por la Ley Federal de Protección al Consumidor, bajo la extendida definición de integración de grupos de consumidores que aporten periódicamente sumas de dinero para un fondo común administrado por un tercero, lo cual sería una comercialización del dinero.

Para justificar la operación respecto de la naturalización de las operaciones realizadas por las autofinanciadoras, basta señalar que la Ley de Instituciones de Crédito autoriza a tales instituciones a recibir del público depósitos de dinero, otorgar préstamos y créditos, realizar pagos por cuenta de clientes, expedir cartas de crédito y realizar actos de administración por cuenta de terceros, operaciones todas que sin contar con las necesarias concesiones, viene o venían realizando tales negociaciones y durante los once

años de vigencia de la ley, la Procuraduría Federal del Consumidor, ha tramitado infinidad de quejas contra las autofinanciadoras, sin que el problema fundamental se hubiera atacado, se puede ver la bondad de las medidas preventivas.

El caso de las autofinanciadoras, no es el único en el amplio panorama de las acciones que perjudican los intereses de los ciudadanos consumidores, ya que se puede advertir la existencia de sistemas contrarios a los principios de defensa y mejoramiento del consumidor, los cuales cayendo bajo el conocimiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, son manejados bajo el rutinario sistema de la Conciliación, nos referiremos a uno, por la semejanza que guarda con el sistema del autofinanciamiento, se trata del sistema desarrollado alrededor del servicio para el arrendamiento de departamentos, el cual ofrece al ansioso y necesitado público consumidor, fianzas, con el objeto de que este pueda cumplir con el requisito del casero consistente en proporcionar la firma de un fiador propietario de bienes raíces.

Ahora bien, con el sistema que se sigue en la actualidad para la venta de casas, condominios o terrenos, se parte de la promoción de la venta realizada por una promotora de ventas, la cual recibe la solicitud del consumidor y el enganche, obligando al comprador a iniciar las exhibiciones mensuales directamente con ella, ya que el contrato se celebrará con posterioridad, en el cual se advierte que se trata de una operación de autofinanciamiento con los fondos de los consumidores, fondos que sin ningún control, adminis-

tra un tercero a su antojo.

Del artículo 29 Bis y su Reglamento, podemos manifestar lo siguiente: Entre los aciertos, debe señalarse la disposición contenida en el artículo 35 del Reglamento, prohibiendo que los títulos de crédito suscritos por el público, sean puestos en circulación conforme a su naturaleza, sistema que los autofinanciadores utilizaron para jinetear el dinero, mediante el descuento de los documentos, sistema que incidentalmente cabe recordar, se sigue dentro de la mecánica de venta de inmuebles en abonos.

Un caso concreto es el de las reservas, cuya determinación quedó encomendada al Reglamento, omitiendo sus autores, sentar las bases para su constitución y aplicación, de donde resulta la imposibilidad legal para cumplir con el inciso VII del artículo 29 Bis, el cual prevee no solamente que se constituyen fondos o reservas especiales, sino que tales mecanismos de protección responden a lo que al efecto disponga el Reglamento, y en estas reservas se detecta el beneficio para un tercero; mientras que en el artículo 29 Bis, fracción VII, el Legislador ordena que se prevea la constitución de reservas o fondos especiales, ordenando que sea el Reglamento, el que disponga lo relativo a su constitución y aplicación, el legislador administrativo, en el artículo 39 del Reglamento, rehusa el compromiso lanzándolo a las empresas en los siguientes términos:

El artículo 39 del Reglamento, señala como requisitos para conceder las autorizaciones, fracción III, que se desarrolle lo dispuesto en la fracción VII, ajustándose a este Reglamento.

"Artículo 35.- Las autorizaciones se concederán cuando se cumplan los siguientes requisitos: III.- Que se describa pormenorizadamente el sistema de comercialización que se empleará desarrollando lo dispuesto en las fracciones IV a XII del artículo 29 Bis, de la Ley Federal de Protección al Consumidor y ajustándose a este Reglamento."

Por otra parte, la creación de cuentas de reservas o fondos especiales dentro del balance, al operarse bajo rubros cuya claridad no sea evidente, ha propiciado desde siempre el manejo malicioso de la contabilidad, para evitarlo sería necesario contemplar un nuevo requerimiento, esto es, la determinación de un catálogo de cuentas, lo cual desde luego, ni está ordenado en la norma principal, ni sería factible dada la falta de especialización que en materia contable, se advierte en el organismo rector de los actos de comercio, quién en reglamentación de los requerimientos contables se limita a disponer lo que casi constituye una súplica que las empresas lleven sus controles, expedientes, archivos y demás procedimientos administrativos y financieros en forma tal que sea de fácil consulta.

Si tomamos en cuenta que los fabricantes no cuentan dentro de sus atributos los inherentes a una organización caritativa, es lógico que solamente celebrarán esos convenios con quienes representen sus intereses y que merced a este mecanismo que viene a fortalecer su organización de ventas con un sistema en el que ni siquiera será necesario

otorgar crédito puesto que los mismos consumidores aportan los fondos, puede llegar el momento en el que sea imposible como sucede en algunas ciudades del vecino país del norte, adquirir un automóvil de contado o sin inscribirse en largas listas de espera y el pobre servicio al consumidor bien organizado que ahora lebrinda el Reglamento del artículo 29 Bis, con una fuerte orientación hacia el monopolio.

Nuestras consideraciones acerca del artículo 29 Bis y su Reglamento, debemos necesariamente referirnos a la disposición que prevee la necesidad de que los operadores de estos sistemas deben constituirse en alguna de las formas previstas por la Ley General de Sociedades Mercantiles.

## A D E N D A

Que habiendo sido terminado con anterioridad mi trabajo de tesis y encontrándose esta en revisión con mi nuevo asesor me sugirió agregar las siguientes Reformas y Adiciones para que este trabajo este más completo en su análisis y actualizado en la materia en estudio; al efecto:

El H. Congreso de la Unión emitió un Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación, el Martes 12 de Enero de 1988, en el cual se suscitaron Reformas y Adiciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor y al Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal y como ha quedado mencionado con anterioridad en mi trabajo de tesis este, es de aplicación supletoria a la Ley Federal de Protección al Consumidor y por lo consiguiente han sido Reformados y Adicionados los artículos 444, 500, 504, y 961 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal así como el inciso e).- de la fracción VIII del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que antes de las aludidas Reformas y Adiciones que se mencionan a la letra decían:

"Artículo 444.- Las Sentencias que causen Ejecutoria y los Convenios Judiciales, Laudos o Juicios de Contadores, motivarán Ejecución, si el interesado no intentare la Vía de Apremio."

"Artículo 500.- Procede la Vía de Apremio a instancia de parte, siempre que se trate de la Ejecución de una Sentencia o de un Convenio celebrado en el Juicio, ya sea por las partes o por terceros que hayan venido al Juicio por cualquier motivo que sea."

"Artículo 504.- La Ejecución de las Sentencias Arbitrales se hará por el Juez competente designado por las partes y en su defecto por el Juez del lugar del Juicio, y si hubiere varios, por el de número más bajo."

"Artículo 961.- Una vez contestada la Demanda y, en su caso, la Reconvención el Juez señalará de imediato fecha y hora para la celebración de la Audiencia Previa y de Conciliación dentro de los cinco días siguientes."

"Si una de las partes, no concurre sin causa jugtificada, el Juez, la sancionará con multa hasta por los montos establecidos en la fracción II del artículo 62 de este Código. ( II.- La multa, que será en los Juzgados de Paz, el equivalente, como máximo, de sesenta días del salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, al momento de la comisión de la falta; en los de lo Civil, de lo Familiar o del Arrendamiento Inmobiliario, de ciento veinte días del salario mínimo, y en el Tribunal Superior de Justicia de ciento ochenta días del salario mínimo, como máximo, que se duplicarán

en caso de reincidencia;). Si dejaren de concurrir ambas partes sin justificación, el Juzgador las sancionará de igual manera. En ambos casos el Juez, procederá a examinar las cuestiones relativas a la depuración del Juicio."

"Si asistieren las dos partes, el Juez, examinará las cuestiones relativas a la legitimación procesal y luego se procederá a procurar la Conciliación que es tará a cargo del Conciliador Adscrito al Juzgado."

"El Conciliador escuchará las pretensiones de las partes y propondrá alternativas de solución al litigio, procurando una Amigable Composición. Si se obtiene el acuerdo entre las partes, se celebrará el Convenio res pectivo, que si reúne los requisitos de Ley, será apro bado por el Juez y tendrá fuerza de cosa juzgada, dándose con ello, por terminado el Juicio."

"Artículo 59 fracción VIII, inciso e).- Los reco nocimientos de los Proveedores de obligaciones a su cargo y los ofrecimientos para cumplirlas, formulados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, que consten por escrito y sean aceptadas por el Consumidor, obligan de Pleno Derecho. Los Laudos que dicte la Pro curaduría, traen aparejada Ejecución, la que podrá pro moverse ante los Tribunales competentes."

Actualmente y de acuerdo con las Reformas y Adiciones publicadas en el Diario Oficial de la Federa-

ción del Martes 12 de Enero de 1988, textualmente dicen lo siguiente:

"Artículo Primero.- Se Reforman y Adicionan los artículos 444, 500, 504 y 961 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, para quedar como sigue:

"Artículo 444.- Las Sentencias que causen Ejecutoria y los Convenios Judiciales, los Convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, los Laudos que emita la propia Procuraduría y los Laudos o Juicios de Contadores, motivarán Ejecución, si el interesado no intentare la Vía de Apremio."

"Artículo 500.-.....

"Esta disposición será aplicable en la Ejecución de Convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor y de los Laudos emitidos por dicha Procuraduría."

"Artículo 504.- La Ejecución de las Sentencias Arbitrales, de los Convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor y de los Laudos dictados por ésta, se hará por el Juez, competente designado por las partes, en su defecto, por el Juez del lugar del Juicio"

"Artículo 961.-.....  
.....  
.....  
.....

"La Audiencia a que se refiere la presente disposición, no tendrá lugar cuando se hubiere tramitado el Procedimiento Conciliatorio ante la Procuraduría Federal del Consumidor."

"Artículo Segundo.- Se reforma el inciso e) de la fracción VIII del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

"Artículo 59.- La Procuraduría Federal del Consumidor, tiene las siguientes atribuciones:"

"I a VII.-.....

" e).- Los reconocimientos de los Consumidores y Proveedores de obligaciones a su cargo, y los ofrecimientos para cumplirlas, que consten por escrito y sean aceptadas por su contraparte, formulados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, obligan de Pleno Derecho. Tales reconocimientos y los Laudos que dicte la mencionada Procuraduría, traen aparejada Ejecución, la que podrá promoverse ante los Tribunales competentes en forma inmediata en la Vía de Apremio o en el Juicio Ejecutivo a elección del interesado."

" F al I.-.....

" IX a XV.-.....

( ).

Si el legislador propuso la Amigable Composición en estos artículos ( 444, 500, 504 y 961 del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal y el inciso e) de la fracción VIII del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor) que explican la posibilidad de encontrar soluciones a los conflictos que en una etapa inicial alejada de legalismos. Superada dicha etapa ante la presentación de una Queja por parte de un Consumidor, previó el Procedimiento lógico de la Conciliación, prevista en estos artículos de nuestra ley en análisis.

Ahora bien, el nivel lógico para la Amigable Composición es precisamente la etapa inicial y en particular tratándose de negocios que por su poco monto o sencillez, no justificarían el desarrollo de toda una secuela hasta concluir con el Juicio Arbitral.

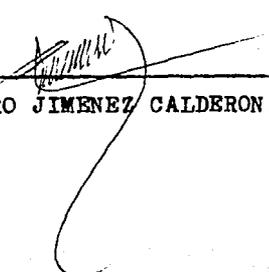
Por otra parte, no obstante que el legislador utiliza el Verbo Conciliar como lo dispone la fracción VIII, del artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y los artículos propios del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, de Conciliar las diferencias entre Proveedores y Consumidores, fungiendo como Amigable Componedor en la interpretación sistemática de dicho texto, encontramos que la norma ordena fungir como Amigable Componedor para lograr la Conciliación de las Partes ( en términos nó jurídicos, arreglar a las partes, avenirlas, conciliar sus intere

ses, unificar sus criterios, etc.), concidero que por razones de Economía Procesal es de vital importancia la fase de la Audiencia de Conciliación en la cual el Conciliador funge como Amigable Composedor misma que redunda en beneficio de la economía de ambas partes sea Consumidor o Proveedor y que en última instancia, el tiempo significa dinero.

Las Reformas y Adiciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor y al Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal, han sido dictadas por el legislador previendo la mejor impartición de Justicia y una forma más Equitativa tanto para el Proveedor como para el Consumidor y ver quien es el que tiene la razón conforme a Derecho o a la Equidad, como se puede ver que la Procuraduría Federal del Consumidor es una Institución de Buena Fé o Tribunal de Conciencia que pretende por medio de la Audiencia de Conciliación o la Amigable Composición se le dé a cada quien, lo que le pertenece o corresponde conforme a Derecho y así poder hacer válida la Equidad que es la Justicia de los casos en particular, lográndose así la realización y concretización de la Justicia que es conjuntamente con la Seguridad Jurídica y el Bien Común finalidades que persigue el Derecho.

El presente agregado sugerido al pasante de Derecho EFREN SERRANO GUZMAN, cuya tesis lleva por título ANALISIS DE LA CONCILIACION Y EL ARBITRAJE ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, me ha sido presentado para su revisión y después del análisis correspondiente y las correcciones llevadas a cabo, dan en conclusión feliz término al presente trabajo. Ahora bien, en mi calidad de asesor y con la facultad que me confiere dicha mención y acorde con el Reglamento Ad-Hoc, otorgo autorización para que dicha tesis, continúe su curso administrativo y sea aprobada para su publicación por las autoridades correspondientes de nuestra H. Institución Universitaria.

Atentamente a los cuatro días del mes de Marzo de Mil Novecientos ochenta y ocho, se autoriza la Adenda a la tesis ANALISIS DE LA CONCILIACION Y EL ARBITRAJE ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.



---

LIC. ARTURO JIMENEZ CALDERON.

## C O N C L U S I O N E S

### PRIMERA.

A través de la Historia, podemos constatar la existencia de Instituciones defensoras del consumidor a fin de resolver los conflictos entre proveedores y consumidores, derivadas de las relaciones comerciales entre ellos; constituyendo un homólogo de nuestra Procuraduría Federal del Consumidor.

### SEGUNDA.

Regularmente en la conciliación interviene una tercera persona que hace este servicio a otros dos (conciliador), se concilian las opiniones diversas, se concilian los ánimos cuando se aplaca el enfado o cesa su causa, conciliación sólo expresa meras relaciones, compatibilidad, congruencia de una cosa con otra, disposición favorable, la conciliación rechaza la contradicción o incompatibilidad y conduce a la concordia por medios suaves y eficaces.

### TERCERA.

Actualmente en la Procuraduría Federal del Consumidor, al momento de que se presente la queja, el consumidor y en la conciliación al único que se percibe es al proveedor que le impondrán o aplicarán medidas de apremio para el caso de no comparecer y no rinda su informe. Lo cual debería ser para ambas partes, ya que tanto uno como el otro son parte en la queja y en la fase conciliatoria.

### CUARTA.

El irregular procedimiento seguido por la Procuraduría Federal del Consumidor, al pretender que comparezcan terceros ajenos a la relación proveedor consumidor que exhiban documen

tos, actas de matrimonio y se celebren toda clase de diligencias, las cuales causan molestias pero estando en contravención a la Ley, deberán ser atacadas por los medios conducentes; en el artículo 65 la Autoridad apoya estas peticiones, no es aplicable a la audiencia de conciliación porque en relación con ese acto, la Ley ordena y la autoridad debe cumplir, con dirigir una exhortación a las partes; por tanto, no es conducente para el desempeño de sus funciones, la solicitud de estos datos.

#### QUINTA.-

La descomposición que se advierte en el procedimiento a la audiencia de conciliación, empieza además del exagerado número de audiencias, entre otros incisos, esta la presencia diaria, de los representantes de empresas reconocidas por el gran número de reclamaciones que en su contra se presentan, ante la Procuraduría Federal del Consumidor, empresas que según lo manifestado por los consumidores, los defraudan.

#### SEXTA.

Al hacerse total abstracción de las raíces en las cuales se nutre el movimiento protector del consumidor, se desestima la experiencia de varias décadas, acumuladas por los organismos protectores del consumidor en todo el mundo, pero sobre todo desarrollando un procedimiento que surgiendo de la nada, nuestro que la Ley ordenó la simple exhortación cuya secuela provoca, a su vez, nuevos conflictos, como lo prueba el hecho de que, para explicar lo que es la audiencia de conciliación, según lo ordenado por la Ley, bastarían cinco renglones.

#### SEPTIMA.

Independientemente de los desvíos particulares que se advierten en la práctica diaria de la Procuraduría Federal del Consumidor, el problema fundamental, radica en la rutinaria inobservancia de la Ley, lo que trae como consecuencia el que se trastorne el orden jurídico fundamental establecido por el Legislador en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

#### OCTAVA.

La orientación que se ha dado a la protección al consumidor en México, centrándola de manera predominante en la audiencia de conciliación, diligencia de mera exhortación, plantea a la autoridad el conflicto ueno contar con el instrumento legal que le permita imponer su voluntad a las partes, como se puede ver en el arbitraje mismo que lo pueden aceptar o no someterse al mismo, dejando a salvo los derechos de las partes para que lo ejerciten en la vía que más les convenga.

#### NOVENA.

Por lo que respecta a los amigables componedores, la Procuraduría trata de solucionar toda clase de conflictos entre proveedores u consumidores desde el litigio de acuerdo a su conciencia sin ajustarse a las normas legales.

#### DECIMA.

Esta Institución ha cumplido con una labor social e institucional en favor de la población consumidora y proveedora, en la fase conciliatoria y en el arbitraje.

#### DECIMA PRIMERA.

Se puede decir que la Procuraduría Federal del Consumidor por medio de sus diferentes formas de impartir justicia ha tratado de canalizar sus quejas por medio de la conciliación en la mejor forma conciliando los intereses de las partes.

#### DECIMA SEGUNDA.

Por último esta institución ha cumplido con una ardua labor por medio de sus procedimientos para evitar juicios innecesarios por medio de la conciliación ante los tribunales y por economía procesal.

B I B L I O G R A F I A

ALSINA HUGO.- TRATADO TEORICO PRACTICO DE DERECHO PROCESAL CIVIL Y COMERCIAL.- EDITORIAL PORRUA S.A.- SEGUNDA EDICION.- TOMO I.- MEXICO D.F.- 1975.

BRAVO VALDES BEATRIZ Y BRAVO GONZALEZ AGUSTIN.-DERECHO ROMANO.- EDITORIAL PAX.- MEXICO D.F.- 1975.

GODIGO DE COMERCIO .- EDITORIAL PORRUA S.A.- EDICION TRIGESIMA OCTAVA.- MEXICO D.F.- 1981.

CODICE DEL TIEMPO.

CRUZ PONCE LISANDRO Y LEYVA GABRIEL.- CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL.- COLECCION THEMIS CHAMPULTEPEC.- MEXICO D.F.- 1978.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION DEL 22 DE OCTUBRE DE 1980.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION DEL 7 DE ENERO DE 1982.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION DEL 7 DE FEBRERO DE  
1985.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION DEL 12 DE ENERO DE  
1988.

DE PINA RAFAEL Y DE VARA RAFAEL.- DICCIONARIO DE DERE-  
CHO .- EDITORIAL PO-  
RRUA S.A.- CUARTA EDI-  
CION.- MEXICO D.F.-  
1975.

GOMEZ GRANILLO MOISES.- BREVE HISTORIA DE LAS DOCTRINAS  
ECONOMICAS.- EDITORIAL ESFINGE  
S.A.- QUINTA EDICION.- MEXICO  
D.F.- 1975.

INFORME DE ACTIVIDADES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL  
CONSUMIDOR DE 1982.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

MEMORIA VI REUNION DE EVALUACION DE DELEGADOS FEDERALES  
DEL 22 al 24 de MARZO DE 1984.

MORENO PADILLA JAVIER.- CONSTITUCION POLITICA DE LOS ES-  
TADOS UNIDOS MEXICANOS.- EDITO-  
RIAL TRILLAS.- CUARTA EDICION.-  
MEXICO D.F.- 1987

PALLARES EDUARDO.- DICCIONARIO DE DERECHO PROCESAL CI-  
VIL.-EDITORIAL PORRUA S.A.- OCTAVA  
EDICION.- MEXICO D.F.-1975.