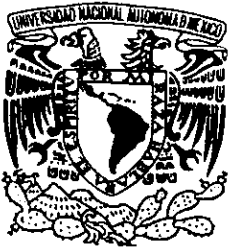


336



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGÓN

**“EFICACIA JURÍDICA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR COMO ORGANISMO DEFENSOR DE
LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR”**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DERECHO**

P R E S E N T A :

VELIA ARACELI NAVARRO QUINTANA

ASESOR:

DR. JUAN JOSE VIEYRA SALGADO

MÉXICO.

2000



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A Dios

*Por haberme dado la vida,
salud y una voluntad férrea
para que a pesar de las barreras
y tropiezos presentados a lo
largo de mi camino, alcanzaré
esta meta tan anhelada para mí
y para mis seres queridos.*

A mi madre
Herminia quintana millan

*Por estar siempre a mi lado y
haberme enseñado a ver la vida de
una manera bella y positiva.*

*Gracias por tu amor, dedicación,
desvelos, preocupaciones, oraciones
y fé en mí.*

A mi Esposo
Fernando fernandez lugo

*Por que con su amor, apoyado y
aliciente me da la fuerza necesaria
para obtener los objetivos propuestos,
para seguir adelante.*

A mi Hermana
Diana Spe. Navarro Quintana.
*Por su apoyo en mi
superación profesional. Gracias.*

A mi familia y amigos

*Quienes con sus consejos, amistad y
comprensión han hecho que mi
vida sea más agradable,
prospera y abundante.*

En especial a:

*Antonio Navarro González
Virginia Amador Quintana
Marco Antonio Navarro Quintana
Norma Angelica Navarro Quintana
Nora Luisa Flores Amador
Ricardo Flores Martínez
Pedro Jenopala García
Alejandro Careaga
Luz Rosalía Gracia Ríos
Adela González Alvarado †
Mario Gómez Salcedo*

A los Lics.

Fernando Berdo De Tejada

Adriana Campos López

Irma Figueroa Trellez

Gustavo Fernández Rivera

Manuel Enrique Pérez Castillo.

Al dr. Juan Jose Vieyra Salgado

*Con infinita gratitud,
por brindarme su ayuda
y valioso tiempo en la
realización de este trabajo.*

A mis Maestros

*Por ser sembradores de la
semilla del conocimiento y
porque con su noble actividad
son forjadores de hombres.*

Al Honorable Jurado

*Por la atención y dirección
vertidos en este trabajo.*

A la Universidad

*Por brindarme uno de los
tesoros más preciados en
la vida del ser humano,
la educación profesional.*

*Al pequeñito ser
que viene en camino
y que es una
bendición del cielo.*

INDICE

EFICACIA JURÍDICA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR COMO ORGANISMO DEFENSOR DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.

INTRODUCCION

CAPITULO I

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

1 - ANTECEDENTES	1
2 - MOVIMIENTO MUNDIAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	8
3.- GUÍAS PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	12
4.- DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR	16

CAPITULO II

NATURALEZA JURÍDICA, CONCEPTOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

1.- NATURALEZA JURÍDICA	20
1.1 CENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA	22
1.2 DESCONCENTRACIÓN ADMINISTRATIVA	26
1.3 DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA	29

2 - DEFINICION LEGAL, DOCTRINAL, JURISPRUDENCIAL Y PERSONAL DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	33
3 - CONCEPTO DE RELACION DE CONSUMO	36
4 - DEFINICIÓN DE SOCIEDAD DE CONSUMO	37
5 - CONCEPTO DE DERECHO SOCIAL	39
5.1 - CARACTERÍSTICAS	39
5.2.- FUNDAMENTOS	41
6 - CONCEPTO DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR	42
7 - CONCEPTO LEGAL DEL CONSUMIDOR	42
8 - CONCEPTO LEGAL DEL PROVEEDOR	43

CAPITULO III

TRATAMIENTO JURÍDICO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

1.- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	44
2.- LEY FEDERAL DEL PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	45
3.- CÓDIGOS Y REGLAMENTOS	70
4.- FINES DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	75
5.- ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	77
6.- COMPETENCIA Y LIMITACIONES DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	89

CAPITULO IV

PROPUESTA PARA UN MEJOR FUNCIONAMIENTO DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

1.- REFORMAS A LA CONSTITUCIÓN	101
2.- REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	102

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Procuraduría Federal del Consumidor, promueve y protege los derechos del consumidor, así mismo aplica las medidas necesarias para propiciar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores; también recopila, elabora, procesa y divulga la información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, por lo que es una Institución para beneficio de la población.

Es así que en el presente trabajo en su capítulo I menciono como la Procuraduría Federal del Consumidor nace de una necesidad, por el abuso de los proveedores hacia los consumidores, y al surgimiento de esta Institución se procura la equidad y seguridad jurídica, marcando los derechos del consumidor y las obligaciones del proveedor, pero poniendo en claro al consumidor que también tendrá obligaciones por el sólo hecho de la relación jurídica.

En el capítulo II explico la naturaleza jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor, como organismo descentralizado para ejercer sus funciones de acuerdo a éste género, además abarco conceptos básicos y complementarios que facilitan mejor el conocimiento de dicha Institución.

En el capítulo III hago referencia al tratamiento jurídico de la Procuraduría Federal del Consumidor, considerando que tiene su fundamento legal, en primer término en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; también se

apoya para su mejor funcionamiento en omisiones que tiene la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el Código de Comercio, en el Código Civil, en el Código Federal de Procedimientos Civiles, también menciona su Reglamento Interno y su Estatuto Orgánico.

En este mismo capítulo expongo los fines de la Procuraduría Federal del Consumidor, ya que desde su nacimiento sus funciones son fundamentales para ordenar las relaciones de consumo, sobre la base de criterios de mayor justicia y equidad, para el logro de dichos fines.

Además desarrollo la competencia y limitaciones de la Institución y como está estructurada para brindar un mejor servicio y que se cumpla con el objeto de la Ley Federal de Protección al Consumidor de promover y proteger los derechos del consumidor, propiciando justicia en las relaciones jurídicas entre consumidores y proveedores.

En el último capítulo formulo las propuestas de reformas para una mejoría en los servicios y funciones de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Uno de los objetivos de este trabajo es que la Procuraduría Federal del Consumidor, como organismo de orden público tenga eficacia jurídica para la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, asimismo dar a conocer su funcionamiento y los servicios que presta, y no solamente sean preceptos establecidos sin dar apoyo legal.

CAPITULO I

**PROCURADURIA FEDERAL DEL
CONSUMIDOR**

1.- ANTECEDENTES.

El ser humano es sociable por naturaleza; si se encuentra aislado, es incapaz de sobrevivir ante las condiciones que impone el medio ambiente. Por ello desde tiempos remotos ha creado diversas maneras de conseguir sus satisfactores, se han intercambiado bienes mediante métodos tan sencillos como el trueque. Así pues podemos percatarnos todavía de vestigios de antiguas formas de comercio en los tianguis y ferias de nuestro país. Estas prácticas han venido evolucionando hasta conformar un sistema de comercialización.

Por lo que a pesar de que el fenómeno del consumo es tan antiguo como el hombre, es algo reciente. Esto se debe a que no es sino hasta este siglo que el consumidor empieza a tomar conciencia de grupo, de categoría social específica con respecto a otros grupos o categorías sociales. El problema del derecho del consumo tiene ámbito de aplicación que rebasa los marcos jurídicos nacionales, las relaciones de consumo son en un gran porcentaje fenómeno económicos internacionales y México no es ajeno a estos. Cabe reconocer que la regulación de las relaciones de consumo existen en nuestro país desde la época prehispánica, en el México colonial estuvieron vigentes normas que protegían al consumidor español y que tenían su origen en los estatutos de los gremios de los artesanos y en las corporaciones, pero dichas relaciones entre proveedores y consumidores son cada vez más complejas. Y como en toda relación humana, es posible que surjan desacuerdos o situaciones en las cuales alguna de las partes se sienta afectada en sus intereses.

En previsión de esto surge la necesidad de crear Organismos Oficiales encargados de vigilar que las relaciones entre los consumidores y los proveedores de bienes y servicios sean más justas y equitativas, ha sido aceptada por un gran número de países; los que han incorporado a su legislación esta importante función social, principalmente en Europa y América.

En nuestro país siendo presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos el Licenciado Luis Echeverría Álvarez, se aprobó la Ley Federal de Protección al Consumidor después de diversos debates y modificaciones. Dicha Ley fue puesta en vigor el cinco de febrero de 1976. Iniciativa que fue aprobada en el último período ordinario de sesiones del Congreso de la Unión y promulgada el 22 de diciembre de 1975.

Este ordenamiento, que en su análisis por Diputados y Senadores provocó numerosas discusiones y fue objeto de brillantes defensas por los legisladores de los diversos partidos políticos, fue inspirado en los principios de la Constitución que desde 1917 establece un conjunto de derechos sociales, encaminados a asegurar el imperio de la justicia en las relaciones entre los particulares.

Dicho ordenamiento legal creó dos organismos de amplio alcance social: La Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor este último fue creado como organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuyas finalidades serán las de orientar al consumidor. La Procuraduría tendrá 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. En general es un órgano de protección, asesoría, representante de la población consumidora, conciliador y árbitro en los casos en que presentan diferencias entre consumidores y proveedores.

La experiencia adquirida desde su creación, propició mantener un contacto permanente y directo con los consumidores, evidenció el hecho de que la Ley Federal de Protección al Consumidor contenía algunas omisiones o imprevisiones en su articulado y proporcionaba facultades insuficientes a la Institución para velar por la cabal observancia y cumplimiento de los preceptos de la propia Ley; con motivo de ello a nueve años de distancia de promulgada la Ley y creada la Procuraduría, el Congreso de la Unión aprobó, el 8 de febrero de 1985, una serie de reformas legales que subsanaron las imprecisiones en el texto de la Ley y fortalece e incrementa las funciones de la Procuraduría. Constituyendo un adelanto en la impartición de justicia de los derechos del consumidor.¹

En dichas reformas se regulan fenómenos comerciales tan novedosos como el autofinanciamiento y el tiempo compartido, se adicionaron capítulos de publicidad, operaciones de crédito, disposiciones generales y sanciones, a fin de reglamentar en forma más estricta las actividades que en torno a ellas se desarrollan. Se contemplan modalidades en ofertas, garantías y operaciones de crédito, que el anterior texto no recogía; y producto de nuevas técnicas de mercado que amenazaban constituirse en serios problemas para los consumidores.

¹ Cfr. Decreto por el que se reforma y adiciona la Ley Federal de Protección al Consumidor, D.O.F. jueves 7 de febrero de 1985, pp. 13-19

Se destaca fundamentalmente el carácter de autoridad de la institución para hacer cumplir la Ley. Asimismo, se agilizan los procedimientos y se crea un procedimiento administrativo, que sin invadir funciones jurisdiccionales, sirve para sancionarse a los infractores de los derechos del consumidor y se instituye el Registro Público de Contratos de Adhesión. la organización de consumidores se fortalece; además se puede intervenir en conflictos generados por el arrendamiento de inmuebles-habitación.

Estas reformas son una novedad mexicana para consolidar los derechos del consumidor.²

Debido a que la inequidad entre proveedores y consumidores subsistía el legislador se vió obligado nuevamente a reformar la Ley, mismas reformas son publicadas en el Diario Oficial el 4 de enero de 1989, en donde se le transfiere a la Procuraduría Federal del Consumidor la facultad en materia de inspección y vigilancia de precios o tarifas, así como la de imponer las sanciones en los casos de incumplimiento, que anteriormente tenía la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, dando origen a la Subprocuraduría de Inspección y Vigilancia, y la Dirección General de Inspección y Vigilancia estableciendo las atribuciones delegadas que tendrán y las sanciones que aplicarán de acuerdo a la Ley correspondiente.

Por ello, para lograr la máxima eficiencia en su operación la entidad esta obligada a

² PLIEGO MONTES, Salvador, "El Consumidor y los Derechos Humanos", Edit. Instituto Nacional del Consumidor, México, 1985, p. 97

ajustar su organización y funcionamiento a los reclamos populares, a las modificaciones y adiciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que el poder Legislativo decidió abrogar de una vez por todas esta Ley , publicando en el D.O.F. el 22 de diciembre de 1992 la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, ajustándose a los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo, al Programa de Simplificación Administrativa y al Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico.

El nuevo texto de la Ley retoma algunos artículos de la Ley anterior perfeccionándolos y haciéndolos más claros de tal forma que el consumidor tenga más accesibilidad a la justicia impartida por la Procuraduría Federal del Consumidor. También establece nuevos artículos que no tienen equivalentes en la Ley anterior.

Podemos percartarnos de que se da una simplificación administrativa con la expedición de la nueva Ley porque únicamente la Procuraduría Federal del Consumidor esta facultada como autoridad para imponer sanciones por la conjugación de derechos establecidos tanto en la Ley Federal de Protección al Consumidor como en las Normas Oficiales Mexicanas dictadas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por lo que anteriormente existía una dualidad de competencias entre las dependencias antes mencionadas respecto a la imposición de multas lo cual hacía que los proveedores y consumidores sufrieran una serie de confusiones que daban como resultado que los procedimientos administrativos se hicieran mucho más embrollosos.

Además se fusionan el Instituto Nacional del Consumidor con la Procuraduría

Federal del Consumidor, con lo cual esta última absorbe todas las funciones que cualquier ordenamiento encomiende al Instituto; así mismo el patrimonio de dicho Instituto y la totalidad de los recursos financieros, humanos y materiales se le transfieren a la Procuraduría . (Artículo 23, Tercero y Cuarto Transitorios de la Ley vigente).

Un acontecimiento que me parece de gran importancia surgió a raíz de la creación de la nueva Ley, y es que los consumidores gozan de un derecho de intimidad, consistente en que los consumidores tienen el derecho de exigir a los proveedores y a las empresas de investigación de crédito que no los molesten en su domicilio, ni en su lugar de trabajo para ofrecerles bienes y servicios o para realizar investigaciones de crédito o de mercadotecnia, salvo cuando el propio consumidor lo haya autorizado expresamente. (Artículo 17).

Así mismo se crea un organismo auxiliar de las autoridades llamado Consejo Consultivo para la Protección al Consumidor, el cual tiene funciones fundamentales las de carácter consultivo como lo indica su propio nombre (Artículo 31).

Cabe señalar que lo referente a la parte final del artículo 73, concerniente a los arrendamientos de inmuebles destinados a casa habitación en el Distrito Federal que el decreto publicado en el D.O.F. del 21 de julio de 1993 la derogó. De acuerdo con el artículo primero transitorio, esta derogación debía entrar en vigor a los 90 días de su publicación, lo cual ocurriría el 19 de octubre de 1993.

Sin embargo, en el D.O.F del 23 de septiembre de 1993 se publicó un

segundo decreto por el que se reformaron los artículos transitorio del primer decreto. En el artículo primero transitorio del segundo decreto se estableció como regla general, que las disposiciones contenidas en el primer decreto entrarán en vigor hasta el 19 de octubre de 1998.

Las salvedades a esta regla general se prevén en el artículo segundo transitorio, las cuales implican la entrada en vigor del primer decreto a partir del 19 de octubre de 1993, y conciernen a los inmuebles que:

I. No se encuentran arrendados al 19 de octubre de 1993;

II. Se encuentren arrendados al 19 de octubre de 1993; siempre que sean para uso distinto de habitacional, o

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

Lo anterior significa que la Ley Federal de Protección al Consumidor dejó de ser aplicable, a partir del 19 de octubre de 1993, exclusivamente a los inmuebles señalados en las tres fracciones transcritas.

Por consiguiente, los inmuebles destinados a casa habitación que estaban arrendados al 19 de octubre de 1993, (es decir, que no se encontraban en las hipótesis de las tres fracciones transcritas), continuarán sujetos a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor hasta el 9 de octubre de 1998, y hasta la misma fecha será competente la Procuraduría Federal del Consumidor para conocer conflictos sobre dicho inmuebles a través de los procedimientos de

conciliación y por infracciones a la Ley.

Lo antes mencionado se confirma por lo dispuesto en el nuevo artículo tercero transitorio del segundo decreto, de acuerdo con el cual los procedimientos administrativos que se inicien antes del 19 de octubre de 1998 derivados de contratos de arrendamiento de inmuebles para habitación y sus prórrogas que no se encuentren en los supuestos establecidos en el artículo segundo transitorio, se regirán por las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor en vigor al 19 de octubre de 1993.

2.- MOVIMIENTO MUNDIAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Como antecedente del movimiento mundial de protección al consumidor encontramos a la Institución denominada "*Ombudsman*" de los países escandinavos cuya actividad es investigar los abusos de los funcionarios públicos y de los proveedores de bienes o de servicio, esto en forma precisa en Suecia.

Cabe mencionar que la Procuraduría Federal del Consumidor, siendo un organismo descentralizado, con funciones de autoridad, personalidad jurídica y patrimonio propio, teniendo como objetivos defender los derechos, la dignidad y patrimonio de los ciudadanos. Estas facultades aproximan esta institución, en cierta forma a la figura ya mencionada "*Ombudsman*". Sin embargo, no tiene obligación de rendir informes específicos anuales que es una forma importante y efectiva de

ejercer presión moral y que le permite señalar errores y corregirlas deficiencias.³

Por otro lado en los países Europeos existen instituciones de diversa naturaleza, encargados de la defensa o protección de los derechos del consumidor, mencionándose entre otras la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa que emitió la Resolución 543/73, sobre una Carta de Protección de los consumidores. Posteriormente, el Programa preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de protección e información a los consumidores reconoció como derechos fundamentales del consumidor: la protección de su salud y seguridad, la protección de sus intereses económicos, el derecho a la reparación del daño, el derecho a la información y educación, y el derecho a la representación.

Hay que hacer mención del Instituto de Autocontrol de la publicidad, fundada en España, precisamente por los comerciantes, con el fin de elevar la categoría de sus mensajes, sin verse en la necesidad de recurrir a textos engañosos, los cuales confunden al público consumidor.

Todo lo anteriormente mencionado, nos permite deducir que el movimiento mundial de protección al consumidor, sus primeras manifestaciones se dieron en países más desarrollados y cuyos postulados han servido de pauta a los movimientos particulares de cada país comprobando que los principios rectores tienen un mismo objetivo: La Protección al Consumidor.

³ Cfr. FIX ZAMUDIO, Héctor, "La Solución Escandinava: el Ombudsman" Edit. Comisión Nacional de Derecho Humanos, México 1989, p. 97

En lo que se refiere al Continente Americano, Venezuela fue la primera en legislar su Ley de Protección al Consumidor y cuyos principios rectores son uniformes a las instituciones ya comentadas en lo que, respecta a nuestro país, fue el segundo en emitir su Ley Federal de Protección al Consumidor.

Como antecedentes más remotos de las Instituciones de Protección al Consumidor, tenemos que en México en el siglo XIV, entre nuestros ilustres ancestros, los aztecas, quienes progresaron desde su modesto origen hasta convertirse en el más poderoso imperio de la zona, aprovechando los centros de enseñanza, las estructuras guerreras, las de las bellas artes políticas, diplomáticas, jurídicas y todas aquellas que caracterizan a una sociedad desarrollada, contaron con una institución de protección al consumidor, lo cual constatamos en el Museo Nacional de Antropología e Historia de la ciudad de México, en la Sala Mexica, en donde podemos admirar la representación parcial del gran mercado azteca de Tlatelolco, siguiendo el relato de Bernal Díaz del Castillo, para la impartición de Justicia entre los mercaderes (proveedores) y los compradores (consumidores) se encontraban en dicho mercado tres personajes equiparables al Procurador de la Procuraduría Federal del consumidor, resuelven los problemas suscitados entre proveedores y consumidores, justicia pronta y expedita, en el lugar mismo de los hechos, pero si no se daba solución tenían la facultad de detener al culpable.

El trastorno provocado por la conquista del Imperio se tradujo en la modificación o la erradicación de todas las manifestaciones culturales existentes, entre ellas la estructura jurídica azteca por lo que, en nuestro actual sistema de

Derecho, la protección al Consumidor se ha nutrido, exclusivamente, en las raíces del Movimiento Mundial de Protección al Consumidor.

También se menciona que el desarrollo del Movimiento Mundial de Protección al Consumidor aparece como una respuesta a la creciente actividad industrial, traducida en un aparato de comercialización de sus productos, dirigida, no a cubrir la demanda, sino a provocarla.

La contemplación histórica del movimiento mundial de protección al consumidor, centrado particularmente en Europa y posteriormente en América, nos muestra la estrecha relación existente entre ambos sistemas.

Los postulados fundamentales del movimiento mundial de Protección al Consumidor son siete, adoptados todos ellos por: la Ley Federal de Protección al Consumidor y son:

- Protección y asistencia a los consumidores;
- Protección contra productos peligrosos;
- Protección contra los ataques a los intereses económicos del consumidor;
- Reparación de daños;
- Derecho a la información
- Derecho a la educación y
- Derecho a la representación y consulta

Estos postulados recomiendan que cada país establezca una autoridad fuerte,

independiente y eficaz, que represente a los consumidores, por lo que en México el legislador se inspira para crear la Procuraduría Federal del Consumidor.⁴

3.- GUÍAS PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Los sistemas de comercialización de bienes y servicios fundados en el principio de forzar a los consumidores a adquirir lo que nunca tuvieron, la intención de comprar, sistemas desarrollados en la confusa documentación en las operaciones de bienes, así como en la engañosa publicidad deliberadamente desarrollada para crear una impresión contraria a la realidad y tantas otras maniobras que utiliza el gran aparato de comercialización para el logro de su fin: La máxima utilidad a cambio de la mínima entrega han producido en todo el mundo la reacción del Movimiento Protector del Consumidor, dichos sistemas de explotación se han originado en los países de mayor desarrollo económico, los cuales se han transmitido a otros países. Por lo que podemos señalar que esas prácticas viciadas de comercialización se utilizan a nivel mundial, los cuales han dado origen a dicho movimiento mundial de protección al consumidor el cual ha logrado equilibrar el desajuste entre el gran aparato de comercialización y el consumidor.

Al respecto la Organización de las Naciones Unidas aprobó las bases en un documento titulado "Directrices para protección de los Consumidores" que

⁴ Cfr.: BECERRA CALETTI, Rodolfo; "La Protección de los Consumidores" Ediciones ECA, México 1989, p. 16

contempla una serie de recomendaciones para la defensa de los consumidores.

La guía elaborada por la Organización de las Naciones Unidas, propone a los gobiernos de todos los países la aplicación de diferentes medidas en materia de protección física del consumidor, su economía, de seguridad en la fabricación, calidad y cuidados de programas de información y educación sobre el consumo principalmente, en la esfera de alimentos, aguas y productos farmacéuticos.

Este escrito internacional fue redactado tomando en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todo el mundo, pero particularmente de los consumidores de países en desarrollo, ya que la ONU reconoce que estos últimos afrontan a menudo desequilibrio en cuanto a sus capacidades económicas, nivel de educación y poder de negociación.

Mediante este documento se pretende ayudar a los países en el logro o mantenimiento de una protección adecuada de sus habitantes como consumidores, coadyuvar a que la producción y distribución de bienes y servicios respondan a las necesidades de los consumidores e instar que los productores o prestadores de servicio adopten estrictas normas éticas de conducta.

Asimismo, la carta interacciona el derecho de los consumidores a exigir a que se erradiquen del mercado los productos que sean peligrosos; presentan recomendaciones para frenar las prácticas comerciales lesivas y promueve la creación de grupos independientes de defensa al consumidor. Además pretende fomentar la cooperación internacional en la esfera de protección al consumidor,

estableciendo mejores condiciones de selección y adquisición de productos en el mercado.

Las “Directrices para la protección de los Consumidores” se aprobaron el 16 abril de 1985 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, en la Resolución 39/248, dichas directrices fueron reconocidas a nivel internacional, teniendo como objetivo primordial elaborar orientaciones generales en materia de Protección al Consumidor por los países miembros.

El texto del artículo 3º de la Resolución citada dice lo siguiente:

“Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para la salud y su seguridad;

b) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;

c) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;

d) La educación del Consumidor;

e) La posibilidad de compensación efectiva al consumidor;

f) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten”.

En lo que se refiere a nuestro país en la Ley Federal de Protección al Consumidor en sus siete fracciones, el artículo 1o. enumera lo que denomina principios o derechos básicos en las relaciones de consumo, que para su interpretación se toma como base, en buena medida, la Resolución 39/248 mencionada.

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

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

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

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

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

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

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

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

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

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

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

4.- DÍA MUNDIAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El 15 de marzo se conmemora en todo el mundo el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Pero, ¿desde cuando se celebra este día y por qué?. El día 15 de marzo de 1962, el Presidente John F. Kennedy, pronunció un discurso Histórico ante el Congreso Norteamericano, basado por primera vez en las demandas del consumidor las que señalaré a groso modo:

1.- El Derecho de la Seguridad. El Derecho a ser protegido contra el mercado de productos que son riesgosos para la salud y la vida.

2.- El Derecho de ser Informado. A ser protegido contra información fraudulenta, parcial o fuertemente tendenciosa al engaño, publicidad, etiquetado y otras prácticas comerciales con vicios ocultos, además a obtener los datos necesarios para hacer una elección adecuada y bien informada.

3.- El Derecho a Escoger.- A tener un acceso de asegurado, en la medida posible, a una variedad de productos y de servicios, a precios comparativos. El Derecho a obtener una seguridad de Calidad y servicios satisfactorios y a precios correctos.

4.- El Derecho a ser Escuchado. A tener seguridad de que los intereses de los consumidores son respetados y reciba consideración completa haciendo afinidad en la formulación de la política gubernamental.⁵

Por lo que a partir de ese año (1962), se celebra el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores en diversas latitudes del planeta en donde grupos tanto públicos como particulares se han organizado para defender sus intereses como consumidores.

En los países que carecían de organismos o medidas de protección al consumidor,

⁵ Cfr. Revista del Consumidor, Número 109 marzo de 1986, p. 3, Número 113 marzo de 1988, p. 7

las Directrices de la ONU (ya mencionadas en el apartado anterior) constituyeron la base para impulsar nuevas políticas y legislaciones en favor de este sector.

En el caso de aquellas naciones que ya contaban con organismos consolidados de defensa del consumidor, las Directrices han fortalecido las demandas de estos grupos y la profundización de los estudios y disposiciones de carácter jurídico en su beneficio.

Dichos lineamientos también reforzaron las redes internacionales de comunicación entre organismos de consumidores, al mismo tiempo que impulsaron un mayor intercambio de información en materia de estudios sobre productos peligrosos, medidas de seguridad y diversos tópicos relacionados con el consumo.

Por otro lado la integración regional y la globalización de la economía junto con el creciente predominio de las corporaciones transnacionales en el comercio mundial, tiene un impacto directo sobre la esfera del consumo, y por ende, sobre los consumidores. Si bien el movimiento internacional de consumidores reconoce el papel vital de las corporaciones transnacionales en el crecimiento económico de los países, al mismo tiempo tiende a promover medidas de protección para evitar que los intereses de la población se vean afectados.

De ahí que las organizaciones de consumidores luchen por obtener el derecho a exigir medidas que mantengan un justo equilibrio entre la libertad de comercio y la regulación para asegurar la protección de los derechos.

Actualmente en nuestro país una de las vertientes de la Procuraduría Federal del Consumidor, se profundiza en estudios en sus laboratorios para transparentar tanto las calidades como los precios de los productos importados y nacionales. La intención es brindar al consumidor elementos suficientes para que se encuentre en mejores posibilidades de elegir aquellos productos que más se ajusten a sus necesidades y presupuesto. Esta es una forma de contribuir a garantizar el derecho a la información del consumidor.⁶

⁶ Revista del Consumidor, Número 217 marzo de 1995, p. 3

CAPITULO II

NATURALEZA JURÍDICA, CONCEPTOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

1.- NATURALEZA JURÍDICA

“La naturaleza del derecho sería el conjunto de propiedades que lo definen”

Dicho de otro modo, la naturaleza del derecho es el conjunto de propiedades que permiten definir entre los objetos, un sector que presenta características comunes (la juridicidad) y al cual se llama jurídico.

En este capítulo se determinará la naturaleza jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor y en cual de las diferentes formas en que los autores dividen la Administración Pública se encuentra, para ello, se debe recordar que la Administración Pública Federal “es un conjunto de organismos públicos que dependen directamente o indirectamente del Ejecutivo Federal.”⁷

Las formas más importantes en que se divide la Administración Pública Federal son: la centralizada, la descentralizada y la desconcentrada, contando con características que distinguen a los órganos que integran cada una de ellas.

Esta administración cuenta con un sin número de edificios, oficinas, ambulancias, mercados, hospitales, parques, alumbrado, camiones colectores de basura, rastros, aeropuertos, correos y todos los demás objetos materiales y personas destinadas a la prestación de servicios públicos.

⁷ Enciclopedia Jurídica Orbea, Muti Opic, Libros Ciencia, Ancalo S.A., Buenos Aires 1976.

⁸ COLMEIRO, Manuel, “Derecho Administrativo”, Editorial Porrúa, S.A. México, 1990, Tomo 1, p. 102.

Todo lo anterior, nos da aparentemente, la idea de que se trata de algo totalmente heterogéneo, sin embargo, introduciéndonos más al fondo de la investigación de la Administración Pública, nos damos cuenta que se trata de una unidad con el fin de proporcionar en forma eficiente servicios públicos a la población. Al respecto Manuel Colmeiro nos dice “la organización administrativa es una sola unidad”⁹

Lo anterior nos permite deducir que la Administración Pública es un solo aparato administrativo no obstante las diversas formas en que se nos presenta.

Para que el aparato administrativo sea eficiente en el desempeño de sus funciones según algunos autores, debe estar integrado por personas preparadas en todos los aspectos, ya que todas las estructuras, los procedimientos, la instalación material, a pesar de ser importantes como parte fundamental de la administración valen lo que valen por los hombres que están encargados de emplearlos. De esta manera el valor y la eficacia de los servicios dependen principalmente de la capacidad técnica y de la conciencia profesional de los servidores públicos, ya que la verdadera administración se hace con hombres, para hombres y por hombres.

Este axioma es básico y fundamental en la Administración Pública, en virtud de que el factor humano siempre predomina en el desarrollo de todas las labores administrativas, sin embargo, para que el aparato administrativo pueda funcionar con un mínimo de errores se requiere una buena organización, tanto en las personas que

⁹ Ibidem. p. 67

la integran, como en la estructura material que la conforma; ya que en caso contrario puede dar lugar a un desorden fatal dentro del aparato administrativo.

La administración pública tiene relación con el Derecho Administrativo, debido que éste constituye la estructura que sostiene el armazón administrativo y se objetiva cuando imita la competencia de todos y cada uno de los órganos que integran el aparato administrativo y funciona como un órgano administrativo, invade la competencia de otro órgano, o bien cuando un órgano administrativo en el ejercicio de su actividad administrativa, afecta los intereses de algún particular.

Para que en México exista una Administración pública eficiente y adecuada a la necesidades del país, además de lo ya señalado, se deben mejorar los procedimientos que utilizan para la elección del personal administrativo, así como la mejor distribución de los funcionarios públicos dentro del aparato administrativo.

1.1 Centralización Administrativa.

Se da el régimen de centralización administrativa cuando los órganos se encuentran en un orden jerárquico dependiente directamente de la administración pública que mantiene una unidad de acción indispensable para realizar sus fines. En su organización se crea un poder unitario o central que influye sobre toda la Administración Pública Federal.

Estos órganos deben estar coordinados tanto en su estructura como en la actuación de los mismo, ello se logra vinculándolos entre sí.

La Administración Centralizada tiene el efecto de conformar a los órganos de la Administración de tal suerte, que resulta incomprensible su actuación por la complejidad de los órganos que la integran.

Para el adecuado entendimiento de la acción de los órganos centralizados, es necesario que exista una relación jurídica denominada "jerarquía administrativa", de esta manera se convierte en una forma de coordinación entre los órganos. En esta forma organizativa existe un centro del que van surgiendo distintas líneas, cada una con grados o lugares numéricos descendiendo en esa misma escala hasta llegar a los órganos inferiores, cada grado tiene una división de funciones que indudablemente son impulsadas por el centro de la acción administrativa o jerarca.

La relación jurídica llamada jerarquía, se manifiesta por la subordinación, la cual consiste en la dependencia de la autoridad menor a la mayor y tiene su expresión objetiva en el deber de la obediencia de los órganos inferiores hacia los superiores.

"Centralizar es reunir toda la organización administrativa en el gobierno, esto es en el poder ejecutivo, que es el que normalmente desarrolla la función administrativa y descentralizar cuando se confiere la función pública a diversas entidades o instituciones aisladas del Gobierno debiendo realizar un gran número de

funciones encomendadas a la Administración Pública Centralizada”¹⁰

La organización Administrativa Descentralizada es necesaria, ya que es imposible que toda la función administrativa recaiga en un sólo órgano en virtud, de hipertrofia no tardaría en aparecer.

La centralización tiene como ventajas que se puede obtener un criterio uniforme y como inconveniente el que la tramitación administrativa, pierde rapidez y la oportunidad para la eficaz satisfacción de las necesidades e intereses públicos también se pierde, en rápida a los asuntos administrativos pero, existe una pérdida de criterio uniforme.

En realidad, podemos darnos cuenta que para que la Administración Pública sea eficiente se requiere la coexistencia tanto de la centralización como de la descentralización.

Para Andrés Serra Rojas “la centralización es la estructura en la cual el conjunto de órganos administrativos de un país están enlazados bajo la dirección de un órgano central único y encuentra su apoyo en el principio de la diversidad de funciones pero, dentro de un orden o relación en el que el impulso lo lleven los centros y la ejecución los subordinados o inferiores”.¹¹

¹⁰ SERRA ROJAS, Andrés, “Derecho Administrativo”, Editorial Porrúa, S.A. México, 1991, p. 228

¹¹ *Ibidem.* p. 234

A la cabeza de la Administración Pública Centralizada, se encuentra el Presidente de la República, como titular de la misma.

Dado la complejidad del mundo administrativo, nos hace pensar que sólo un numero de la República, entregando la solución de la mayoría a los órganos administrativos inferiores en una escala descendente de puestos administrativos

Andrés Serra Rojas señala que los supuestos de la centralización administrativa son:

1.- El Estado es la única persona titular de derechos y obligaciones que se desenvuelven en poderes públicos y éstos a sus vez desenvuelven en una serie de órganos de mayor o menor importancia.

2.- Es un régimen administrativo que coordina y vincula a los demás órganos publicos, coexistiendo un régimen jurídico vigente encargado de fijar las caracteres de sus elementos.

3.- La facultad de mando y de decisión se concentra en el Poder Ejecutivo.

Las autoridades inferiores obran en su nombre y por instrucciones recibidas por los órganos superiores.

4.- Existe un orden jerárquico de órganos que se suceden de arriba hacia abajo, formando una estructura unitaria, lo que se parece a una pirámide que tiene en su vértice superior al Presidente de la República, en la base a los órganos inferiores

de la Administración Pública.¹²

Luis Humberto Delgadillo Gutiérrez menciona como característica de la centralización administrativa las siguientes:

a) Su personalidad jurídica es la misma del Estado.

b) Sus facultades son dadas por la Constitución, Ley o reglamento.

c) Es creada por Ley

d) Tiene organización jerarquizada de la Administración establecida de acuerdo a la Constitución y a la Ley reglamentaria.¹³

1.2 Desconcentración Administrativa.

La desconcentración es una forma de organización administrativa que consiste en atribuir por los órganos superiores del Estado a otros inferiores, funciones o medios pero sin ser trasladados a otras personas, esto es, sin que pierdan la vinculación que caracteriza a estos órganos.

¹² Cfr. Ibidem. P. 227

¹³ Cfr. DELGADILLO GUTIERREZ, Luis Humberto. "Compendio de Derecho Administrativo". Porrúa, S.A. de C.V., México, 1997, p. 9

En la desconcentración, el Estado delega funciones y atribuciones, otorgándolas a organismos que tiene la misma personalidad pública del Estado

Para Manuel María Diez, "La desconcentración es simplemente un procedimiento a los efectos de agilizar la actividad de la administración central"¹⁴

En México, se han creado organismos con impresión legislativa, lo que les da una confusa naturaleza jurídica ya que no se precisa si se trata de órganos centralizados, desconcentrados o descentralizados

Los órganos desconcentrados, gozan de autonomía técnica, conservando una relación estrecha con el Poder Ejecutivo Federal, ya que se encuentra representado en la mayoría de los miembros de los Consejos de Administración y porque generalmente el Director y el Gerente son nombrados por el mismo Poder Ejecutivo, así como porque su régimen les ha sido impuesto por los organismos centrales del Estado.

El que los organismos desconcentrados posean autonomía técnica significa que se les asignan únicamente reglas de gestión administrativa y financiera, como lo establece el artículo 17 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal que a la letra dice "Para la eficaz atención y eficiente despacho de los asuntos de su competencia, las secretarías de Estado y los departamentos administrativos desconcentrados que les estarán jerárquicamente subordinados y tendrán facultades

¹⁴ MARÍA DIEZ, Manuel, "Manual de Derecho Administrativo". Editorial Plus Ultra, Buenos Aires 1983, Vd. I, p. 132

especificas para resolver sobre la materia y dentro del ámbito territorial que se determine en cada caso, de conformidad con las disposiciones legales aplicables".

Luis Humberto Delgadillo Gutiérrez señala que lo supuesto de la desconcentración administrativa son:

1.- Dentro de un órgano central funciona otro órgano con alguna libertad técnica y/o administrativa.

2.- Existe transferencia permanente de facultades de decisión y mando a Organos inferiores.

3.- Se crean por disposición del órgano central (Jefe del Ejecutivo)

4.- Las unidades del órgano desconcentrado no tienen relación jerárquica respecto de Las unidades del órgano central.

5.- Como órganos inferiores carecen de personalidad jurídica y patrimonio propio.

6.- El titular del órgano desconcentrado depende directamente del titular del

órgano central.¹⁵

La centralización y la desconcentración administrativa unifican jerárquicamente la acción de la autoridad central en una organización general que es la administración pública.

El régimen de jerarquía y la existencia de poderes de nombramiento, mando, decisión, vigilancia, disciplina y poder de dirimir competencias son suficientemente vigorosos para mantener la unidad de la estructura administrativa.

1.3 Descentralización Administrativa

Es la atribución de competencia de la Administración Pública a organismos con personalidad jurídica distinta a la del Estado y que forman parte de un modo inmediato de la organización administrativa centralizada.

Una diferencia entre descentralización y la desconcentración, es que la primera se trata de personas jurídicas distintas al Estado, mientras que en la desconcentración implica una relación entre los órganos superiores e inferiores de la misma persona jurídica.

¹⁵ Cfr. Ob Cit. P. 94

La descentralización, crea entidades para repartir funciones ya existentes o para que se desarrollen otras nuevas; en esta misma organización administrativa, los órganos descentralizados, tienen prerrogativas propias, ejercidas por autoridades distintas del Poder Central.

También poseen autonomía técnica personalidad jurídica y patrimonio propio y pueden oponer a los órganos centrales su esfera de competencia teniendo capacidad, para dictar sus propios ordenamientos normativos

El fenómeno de la descentralización, resulta obligado ante la amplitud de tareas administrativas que se le presentan a la Administración Pública, ya que tiene como finalidad acercar la Administración Pública a los administrados

Nuestro sistema jurídico emplea diversos términos y considera organismos descentralizados a las personas morales creadas por la Ley del Congreso de la Unión o por decreto del Poder Ejecutivo Federal, cualquiera que sea la forma o estructura que adopte, siempre que reúnan los siguientes requisitos.

1.- Que su patrimonio se constituya total o parcialmente con fondos o bienes federales o de otros organismos descentralizados.

2.- Que su objeto o fin, sea la prestación de un servicio público o social.

Estos requisitos los señala la ley para el control por parte del Gobierno Federal de los Organismos Descentralizados y Empresas de Participación Estatal,

publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1970.

La Ley Federal de Inspección y Adquisiciones, Publicada en el Diario Oficial del 6 de mayo de 1972 agrega a las entidades mencionadas anteriormente el vocablo "organismos públicos", para incluir en este término tanto a las comisiones, las juntas, los patronatos, los institutos y demás entidades creadas por la Federación que tengan o administren un patrimonio con bienes o fondos federales

Por lo anterior, podemos establecer que algunas leyes se refieren a los organismos descentralizados con ese término y otros que los engloban en el término de organismos publicos.

Descentralizar no es independizar, sino solamente alejar o relajar (disminuir) los vinculos de relación con el poder central y se sitúa fuera del campo de acción de este poder manteniendo con este las estrictas relaciones de control, es decir, existe transferencias de facultades de decisión y mando a organismos desvinculados de la Administración.

Una vez, que hemos analizado someramente la Administración Pública Federal y sus diferentes formas de organización, pasaremos a ubicar a la Procuraduría Federal del Consumidor a que forma de Organización Administrativa pertenece. Para ello tomaremos en cuenta lo establecido por nuestra legislación vigente.

El artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,

nos señala que quedan prohibidos los monopolios y practicas monopolicas persiguiendo como fin la proteccion del consumidor y favorecera su organizacion para el mejor cuidado de sus intereses.

Por su parte el articulo 73 fracciones IX y X de la misma Constitucion, nos menciona que el Congreso esta facultado para legislar en materia de comercio, asi como impedir que se establezcan restricciones en el mismo.

Y de acuerdo al articulo 20 de la Ley Federal de Proteccion al Consumidor como un organismo descentralizado de servicio social con personalidad juridica y patrimonio propio. Conforme a esta definicion legal, las caracteristicas de la Procuraduria Federal del Consumidor, en cuanto organismo descentralizado son las siguientes:

1.- Tiene personalidad juridica diversa de la administracion central.

2.- Posee un patrimonio propio que se integra en los terminos previstos en el Articulo 23 e la Ley Federal de Proteccion al Consumidor.

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

4.- El servicio o la funcion social que le atribuye la Ley, consiste en:

- a) Promover y proteger los derechos e intereses del consumidor.
- b) Procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

De lo anteriormente escrito se concluye que la naturaleza Jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor es la de ser un organismo descentralizado, lo cual significa que puede defender los derechos del consumidor aun en contra de las autoridades federales, estatales o municipales cuando estas actúen como proveedores y esto se debe precisamente a que la Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo con plena autonomía y puede poner su esfera de competencia a los organismos de la administración pública.

2.- DEFINICIÓN LEGAL, DOCTRINAL, JURISPRUDENCIAL Y PERSONAL DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

DEFINICIÓN LEGAL

De acuerdo al artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se puede definir a la Procuraduría Federal del Consumidor como un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y esta encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y la

seguridad jurídica en las relaciones proveedores y consumidores. Su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en esta ley, los reglamentos de esta y su estatuto.

DEFINICIÓN DOCTRINAL.

Ningún autor hace especificación a un concepto de la Procuraduría Federal del Consumidor distinto del legal, ya que todos utilizan el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor ya referido anteriormente.

Por lo anterior, a fin de obtener un concepto doctrinal analizaremos, cada una de las palabras que la forman y su conceptualización por juristas.

Procuraduría “cargo o funciones de procurador o procuradora. Especialmente con carácter judicial. Oficina o despacho de uno u otro funcionario”.¹⁶

Procurador “Genéricamente, gestor o gerente de un asunto o negocio. Apoderado, representante. Mandatario. Quien con facultad recibida de otro actual en su nombre. El que habilitado legalmente, se presenta en juicio en nombre y representación de una de las partes. (procurador judicial). En las comunidades religiosas, el encargado de las cuestiones económicas o de los asuntos en provincia.

¹⁶ CABANELLAS, Guillermo, “Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual” Editorial Heliasta Vigésima Primera Edición, Tomo IV, Argentina 1989.

(curador; "procurator" y especies)".¹⁷

El término Federal es conceptualizado por Guillermo Canabellas como "federativo o concerniente a un Estado Federal. De la pertenencia, atribuciones o incumbencias del Poder Nacional en los países federales. Con jurisdicción territorial plena en ese sistema de compartir la soberanía o la legislación y administración".¹⁸

Finalmente, el término consumidor "Genéricamente, cualquiera que consume, en las distintas acepciones verbales de consumir. En lo económico, tanto como adquirente, en oposición al productor industrial o comerciante, aun cuando no asimile o gaste materialmente. En lo alimenticio, el que ingiere. Consumir Extinguir, acabar. Gastar los bienes, destruir, aniquilar. Afligir desmojar".¹⁹

En este orden de ideas podemos conceptualizar doctrinalmente a la Procuraduría Federal del Consumidor como una institución pública independiente de la Administración Pública Federal con competencia en todos los Estados de la República, encargada de promover y proteger los derechos e intereses de los consumidores.

17. Idem

18 Ibidem

19 Ibidem

DEFINICIÓN JURISPRUDENCIAL

En el Departamento del Semanario Judicial de la Federación del Palacio de Justicia Federal acceso 14- 1er Nivel, no se encontró una definición jurisprudencial de la Procuraduría Federal del Consumidor, sin embargo en materia de amparo se reconoce como autoridad a la Procuraduría Federal del Consumidor y nos reitera lo mencionado en el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, acerca de que dicha Procuraduría es un organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y esta encargado de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, etc.

DEFINICIÓN PERSONAL.

La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo que forma parte de la administración descentralizada, que se encarga de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, así como de dar información y apoyo jurídico en los procedimientos ante la misma dependencia en forma gratuita y expedita a los consumidores, en todos aquellos conflictos que se susciten con los proveedores.

3.- CONCEPTO DE RELACIÓN DE CONSUMO

Relación. "Vínculo, correspondencia al actuar, conexión, trato, comunicación. Analogía, semejanza, relato , narración. Lista nominal, referencia, declaración. De viva voz o por escrito, informa que hace el secretario, o aquel que lo substituye el juez o tribunal, acerca de una causa o proceso. Decir o hacer relación; dar cuenta al tribunal de lo esencial de unos a otros. En relación".²⁰

Consumidor.- "Genéricamente, cualquiera que consume, en las distintas acepciones verbales consumir. En lo económico tanto como adquirente en oposición al producto, industrial o comerciante, aun cuando no asimile o gaste materialmente. En lo alimenticio el que ingiere".²¹

De acuerdo a las definiciones anteriores podemos conceptualizar a la Relación de Consumo como aquel vinculo o trato que existe de la actividad de adquirir o consumir bienes, productos o servicios entre los consumidores y proveedores.

4.- DEFINICIÓN DE SOCIEDAD DE CONSUMO.

Sociedad de consumo, expresión ampliamente utilizada desde fines de la década de los 60, para denominar aquellas sociedades cuya máxima aspiración es consumir, aunque este consumo no este motivado por verdaderas necesidades. Para

²⁰ Ibidem p. 116

²¹ Diccionario de la Lengua Española , Real Academia Española, Madrid 1984, Vigésima Edición, Tomo III.

satisfacer esa ansia de consumir, la industria lanza constantemente nuevos productos, muchos de ellos innecesarios, creando a su vez requerimientos artificiales a través de la publicidad, que constriñe a comprar a fin de activar el mercado.

Sociedad.- "En sentido muy amplio cualquier agrupamiento o reunión de personas o fuerzas sociales. Conjunto de familias con un nexo común, así sea tan solo el trato. Agrupación natural o convenio de personal con unidad distinta y superior a la de sus miembros individuales, que cumplen, con la cooperación de sus integrantes un fin general de utilidad común".²²

Consumo. "designa un gran número de actos diferentes y cumple una serie compleja de funciones según la gama de relaciones físicas y socio-económicas que puede establecer entre sujetos y objetos, y entre objetos entre sí. Expresa relación entre grupos e individuos, constituye un aspecto de procedimiento normal de integración de composición sociales. Contribuye a la valorización social del grupo o del individuo de que es parte social".²³

Consumo. "Empleo de cosas que por el uso se destruyen o desaparecen. Gasto de bienes o cosas. Último grado del proceso económico en que los productos se utilizan ya para la satisfacción de las necesidades sociales y humanas tanto mediatas como inmediatas".²⁴

²² CABANELLAS, Guillermo. ob. cit.

²³ Diccionario Jurídico. México, D.F. UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1985

²⁴ CABANELLAS, Guillermo. ob. cit.

Conforme a lo anterior podemos definir a la Sociedad de Consumo como aquel agrupamiento o reunión de personas que tienen como fin el empleo de cosas, productos o servicios que por el uso se destruyen o desaparecen, así se constituye la integración social contribuyendo a la valorización de la sociedad.

5.- CONCEPTO DE DERECHO SOCIAL

“El Derecho Social es el conjunto de principios instituciones y normas que en función de integración protegen, tutelan y reivindicán a los que viven de su trabajo y a los económicamente débiles”.²⁵

Ruben Delgado Moya simplifica el concepto “Derecho Social es el conjunto de normas que protegen y reivindicán a todos los económicamente débiles - viven de su trabajo -”.²⁶

En este orden de ideas la Procuraduría Federal del Consumidor siendo una Institución de Servicio Social promueve y protege los derechos e intereses del consumidor individuo considerado económicamente débil frente a su opositor el proveedor.

5.1. Características.

25 TRUEBA URBINA, “Nuevo Derecho del Trabajo”, Editorial Porrúa, S.A., México 1972, p. 155

26 DELGADO MOYA, Ruben, “El Derecho Social del Presente”, Editorial Porrúa, S.A., México 1977, p. 116

Derecho social es eminentemente reivindicador de los económicamente débiles.

Norma proteccionista y niveladora, sino como la más nítida expresión de la justicia social que reivindica a todos los que viven de su trabajo.

El Derecho Social, que entre nosotros deriva o proviene de la Revolución Mexicana de 1910, tiene como fundamentos principales los económicos, los sociológicos y los políticos independientemente de que existen otros como los jurídicos.

5.2 Fundamentos.

Económicos.- Quebrantar las bases económicas de los que detentan el poder en una comunidad determinada.

Lograr la transmutación de la sociedad en lo económico, reivindica a los débiles: carne y sangre de explotación social, en favor de los cuales establece una vida económicamente decorosa.

El correcto establecimiento de las condiciones económicas en que se desenvuelve el individuo.

Sociológicos.

Se dan bajo el lema de "orden y progreso".

La acción de las masas proletarias no despojo de todos sus privilegios a los integrantes de la burocracia, su actitud (lucha) propicio la aparición de una clase social intermedia, que como conductora de dichas masas dio el triunfo. Con la aparición de esta clase, a medida que transcurra el tiempo, los pobres y los ricos no serán tantos ni tan pocos sino nulos, en beneficio del interés supremo de la colectividad.

Políticos.

Se encuentra en la relación gobierno-capital de un determinado Estado ya que dicha relación depende en gran parte la forma en que se lleve a cabo el sistema de explotación del hombre por el hombre.

Fundamentándose políticamente en el Derecho Social, se transforma en el más acérrimo enemigo del capital, que por si sólo vale y se alianza con el trabajador que al producir riquezas con su fuerza es la única fuente del progreso humano.

El Derecho Social del Presente que, ahora, al quebrantar la relación existente entre el gobierno y el capital y al aliarse con el trabajo, reivindica a los económicamente débiles.

6.- CONCEPTO DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

Derecho "Latín directum ineuro sustantivo del adjetivo directus. derecho.

I. En sentido objetivo: conjunto de normas provistas de sanciones que rigen las relaciones de los hombres en sociedad.

II. En sentido subjetivo: prerrogativa perteneciente a una persona y que le permite exigir de otras prestaciones o abstenciones (derechos personales), o el respeto de una situación de la que ella aprovecha (derechos reales, derechos individuales).

III. En sentido didáctico: ciencia de las normas obligatorias que presiden las relaciones de los hombres en sociedad".²⁷

Y ya mencionado el término del consumidor anteriormente podemos definir al Derecho del Consumidor: Conjunto de normas jurídicas referentes a la protección de los consumidores, es decir de las personas físicas o morales que adquieren, disfrutan o utilizan bienes, productos o servicios como destinatarios finales.

7.- CONCEPTO LEGAL DEL CONSUMIDOR.

²⁷ CAPITANT, Henri, Vocabulario Jurídico, Ediciones Palma, 6a. reimpresión, Buenos Aires 1979

Acorde al artículo 2 fracción I de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

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

De la definición anterior podemos percatarnos de que solo se refiere al consumidor final es decir el destinatario final sin contemplar al consumidor intermediario.

8.- CONCEPTO LEGAL DEL PROVEEDOR.

En el mismo Artículo 2 fracción II de la Ley citada nos define:

“II. Proveedor: la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios;”.

En este sentido la Procuraduría Federal del Consumidor amplía su competencia para conocer y resolver quejas relacionadas con actos de comercio, compraventas, o prestaciones de servicios de personas que, no obstante no ser comerciantes o propiamente se dediquen a la actividad comercial ampliamente, pero llevan a cabo, así fuera accidentalmente actos de comercio.

CAPITULO III

TRATAMIENTO JURIDICO DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

1.- CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

La Procuraduría Federal del Consumidor se encuentra regulada por la Constitución Mexicana en su artículo 28, 3er. párrafo donde se establece “Las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o del consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses”, y precisamente por esto el legislador se vió en la necesidad de crear una Ley Federal de Protección al Consumidor para promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, así como también de regular las funciones de dicha Procuraduría.

También la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor tiene sustento jurídico constitucional en su artículo 73 fracción X que nos indica que el Congreso de la Unión posee la facultad Constitucional de legislar en materia comercio, así como para impedir restricciones en el mismo.

En conclusión la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor es un organismo con facultades constitucionales para proteger a los consumidores y propiciar su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

2.- LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

El 22 de diciembre de 1975 se publicó en el D.O.F. la Ley Federal de Protección al Consumidor la cual entró en vigor el 5 de febrero de 1976 fecha en que también comenzó a funcionar la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional de Consumidor con el objeto de proteger y promover los derechos e intereses del consumidor. Posteriormente el 18 de diciembre de 1992 se abrogó la ley de 1975 con la publicación en esta fecha de la nueva legislación de Protección al Consumidor la que entro en vigor al día siguiente de su publicación en el D.O.F.

Y uno de los aspectos importantes de esta Ley fue el establecer la desaparición del Instituto Nacional del Consumidor absorbiendo la Procuraduría Federal del Consumidor las facultades y patrimonio de aquel, como lo establecen los artículos transitorios tercero. "Las funciones que cualquier ordenamiento encomiende al Instituto Nacional del Consumidor, se entenderá atribuidas a la Procuraduría Federal del Consumidor" y cuarto "El patrimonio del Instituto Nacional del Consumidor, así como la totalidad de los recursos financieros, humanos y materiales asignados al mismo, se transfieren a la Procuraduría Federal del Consumidor". Con lo cual se incrementaron las facultades como la responsabilidad de la Procuraduría Federal del Consumidor respecto a la protección de los derechos e intereses, así como promover la organización de los consumidores.

Esta Ley consta de 143 artículos y cinco artículos transitorios, y se constituye de quince capítulos, los cuales son los siguientes:

Capítulo I.- Disposiciones Generales.

Artículo 1.-Nos menciona principios de la Ley Federal de Protección al Consumidor como:

1. Ley de orden público e interés social.
2. Carácter irrenunciable de sus disposiciones.
3. Ley encargada de promover y proteger los derechos del consumidor.
4. Procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.
5. Derechos básicos del consumidor.

Artículo 2.-Nos define a los sujetos que tienen injerencia en una relación comercial: Consumidor, Proveedor, Secretaria de Comercio y Fomento Industrial y la Procuraduría Federal del Consumidor.

Artículo 3.- Nos determina la competencia administrativa para la aplicación de la Ley. A la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial le compete la expedición de las normas oficiales mexicanas.

Artículo 4.- La Procuraduría Federal del Consumidor puede requerir la intervención de las autoridades federales, estatales y municipales para lograr la aplicación de la Ley.

Artículo 5.- Hace referencia de las excepciones que tiene la Ley Federal de Protección al Consumidor, (que se analizará más adelante).

Artículo 6.- Nos menciona el ámbito personal de vigencia siempre en cuanto se tenga el carácter de proveedor o consumidor.

Artículo 7.- Este precepto señala los términos y condiciones que se deben respetarse en la relación contractual.

Artículo 8.- Nos refiere a que el proveedor debe respetar los precios o tarifas fijados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, así como por cualquier otra dependencia federal.

Artículo 9.- Se establece la responsabilidad administrativa de los proveedores respecto de los actos propios y los de sus colaboradores que atenten contra los derechos del consumidor.

Artículo 10.- Protege la libertad y la seguridad e integridad personales de los consumidores.

Artículo 11.- Nos determina que el consumidor tiene derecho a la devolución del importe cuando haya dejado depósito por envase o empaque.

Artículo 12.- Impone al proveedor la obligación de entregar al consumidor factura, recibo o comprobante para el cumplimiento de la Ley Federal de Protección

al Consumidor.

Artículo 13.- Establece la obligación de las autoridades, proveedores y consumidores de proporcionar a la Procuraduría Federal del Consumidor en un plazo no mayor de 15 días, la información necesaria que le sea requerida para sustanciar los procedimientos previstos en la Ley, exceptuando la información de estricto uso interno o no tenga relación con el procedimiento.

Artículo 14.- Este precepto señala un plazo genérico de un año, salvo otros términos previstos por esta Ley.

Artículo 15.- Regula el momento en que debe efectuarse la entrega del bien adquirido o prestación de servicio, se realice el cobro o cargo a cuenta de crédito, débito o similar del consumidor, exceptuando cuando exista consentimiento expreso del consumidor.

Artículo 16.- Establece obligaciones a las empresas dedicadas a la investigación de crédito y a la información sobre consumidores con fines mercadotécnicos.

Artículo 17.- Este precepto reconoce y protege el derecho a la intimidad de los consumidores, y así exigir no ser molestados, en su domicilio ni en su lugar de trabajo para investigación u ofrecerles bienes.

Artículo 18.- Prohíbe a las empresas dedicadas a la investigación de crédito,

utilizar la información con fines diferentes a los crediticios.

Capítulo II.- De las Autoridades.

Artículo 19.- Este precepto nos enuncia las facultades de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para expedir normas oficiales mexicanas.

Artículo 20.- Nos define a la Procuraduría Federal del Consumidor como organismo descentralizado, también nos da las características de dicha procuraduría.

Artículo 21.- Este precepto dispone que el domicilio de la Procuraduría Federal del Consumidor será la Ciudad de México, al tiempo que prevé que se establecerán delegaciones en todas las entidades federativas. También hace referencia que los tribunales federales serán competentes para resolver controversias en que sean parte.

Artículo 22.- Nos menciona que siendo la Procuraduría Federal del Consumidor un organismo descentralizado debe organizarse de forma desconcentrada, por lo que funciona por unidades u oficinas centrales y las unidades descentradas que pueden ser delegaciones o subdelegaciones.

Artículo 23.- Este precepto establece como se integra el patrimonio de la Procuraduría Federal del Consumidor: así como por el conjunto de bienes, derechos, cargas y obligaciones susceptibles de apreciación pecuniaria.

Artículo 24.- Nos señala las atribuciones que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor persiguiendo como fin promover y proteger los derechos e intereses del consumidor.

Artículo 25.- Nos menciona los medios de apremio como: Multa o el auxilio de la fuerza pública que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor con la finalidad de hacer cumplir coactivamente con lo que se contrato.

Artículo 26.- Este precepto reconoce que la Procuraduría Federal del Consumidor tendrá legitimación procesal activa para ejercer ante los tribunales competentes acciones de grupo en representación de consumidores.

Artículo 27.- Señala las atribuciones que tendrá el Procurador Federal del Consumidor, que pueden resumirse: La representación legal; las atribuciones administrativas para el nombramiento y remoción del personal al servicio de la Procuraduría, así como la presentación de informes a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; las atribuciones relacionadas con el presupuesto y los programas de la Procuraduría, y las normativas como por ejemplo fijar políticas y expedir normas de organización y funcionamiento.

Artículo 28.- Nos establece que el Procurador Federal del Consumidor será designado por el Presidente de la República Mexicana y deberá cubrir los requisitos de ser ciudadano mexicano, tener título de licenciado en derecho y haberse desempeñado en forma destacada en cuestiones profesionales, de servicio público y asuntos relacionados con la materia de la Ley.

Artículo 29.- Determina la sujeción de las relaciones de trabajo entre la Procuraduría y sus trabajadores, a las disposiciones de la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, reglamentaria de Apartado B) del artículo 123 constitucional.

Artículo 30.- Establece la incorporación del personal de la Procuraduría Federal del Consumidor al régimen de la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

Artículo 31.- El Consejo Consultivo para la Protección del Consumidor es un organismo que funcionará como auxiliar de las autoridades y sus funciones son fundamentalmente de carácter consultivo.

Capítulo III.- De la información y la Publicidad.

Artículo 32.- La información y publicidad relativa a bienes o servicios que se difunda por cualquier medio o forma, debe ser veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes que induzcan a el error o confusión, por su inexactitud.

Artículo 33.- Se refiere sólo a la información de productos importados, exigiendo que se exprese el lugar de origen de los productos, y en su caso, los lugares donde puedan repararse señalándose términos de garantías.

Artículo 34.- Este precepto señala las condiciones que deben cumplir los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva tanto de origen nacional como extranjera y estos datos deben expresarse en idioma español en forma obligatoria, su precio debe indicarse en moneda nacional y estos datos deben ser legibles.

Artículo 35.- Este precepto señala que la Procuraduría podrá ordenar al proveedor a que realice las promociones y publicidad en forma correctiva, asimismo hace referencia de las sanciones administrativas.

Artículo 36.- Menciona que se sancionará a petición de parte interesada, a quien inserte algún aviso en el periódico o en cualquier otro medio masivo de difusión, hacer efectivo el cobro o cumplimiento de un contrato a un consumidor.

Artículo 37.- A los proveedores que incurran en falta de veracidad en los informes, instrucciones, actos, y condiciones prometidas u ofrecidas se les aplicara sanciones administrativas, y el derecho que tienen los consumidores afectados para exigir el cumplimiento de lo ofrecido, o cuando este no sea posible, la reposición de los gastos efectuados y en su caso, el pago de daños y perjuicios.

Artículo 38.- Nos indica que las restricciones del uso de bienes y servicios deberán hacerse en forma clara, veraz y sin ambigüedades.

Artículo 39.- La finalidad de este precepto es que los consumidores puedan conocer en forma clara y precisa, las restricciones o limitaciones que puedan tener.

los bienes y servicios en cuanto a su uso o utilización.

Artículo 40.- La Ley exige al proveedor que sólo utilice la palabra garantía o garantizado, cuando efectivamente asuma la obligación de las reparaciones que requieran los bienes o servicios y la forma en la que el consumidor pueda exigir su cumplimiento.

Artículo 41.- Este precepto impone al proveedor el deber de proporcionar al consumidor instructivos sobre las características nocivas de productos o servicios, cuando estos se consideren potencialmente peligrosos y al proveedor hacerse responsable de los daños y perjuicios.

Artículo 42.- Señala la obligación que tiene el proveedor de entregar el bien o suministrar el servicio en los términos y condiciones ofrecidos.

Artículo 43.- Nos menciona, en forma implícita, la obligación de los proveedores y de sus dependientes de vender y prestar servicios que tengan en existencia o proporcionen normalmente.

Artículo 44.- Establece la atribución que tiene la Procuraduría Federal del Consumidor de elaborar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios, y de hacer estudios sobre calidad de bienes y servicios.

Artículo. 45- Señala la prohibición de convenios códigos de conducta o

cualquier engaño entre proveedores, publicistas o cualquier grupo de personas para restringir información que se pueda proporcionar a los consumidores.

Capítulo IV.- De las promociones y ofertas.

Artículo 46.- Nos define a las promociones como las prácticas comerciales en las que se ofrece al público bienes o servicios con un contenido adicional.

La expresión oferta es cuando se ofrece al público productos o servicios de la misma calidad a precios inferiores a los normales del establecimiento.

Artículo 47.- Establece de forma general que no se necesita autorización para llevar a cabo promociones; sin embargo, exceptúa los casos en que lo determine las normas oficiales mexicanas que expide la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, cuando se lesionen los intereses del consumidor.

Artículo 48.- Señala los requisitos mínimos de contenido que deben satisfacer los anuncios sobre promociones y ofertas, indicándose condiciones, plazo de duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos.

Artículo 49.- Menciona que en las promociones no se debe aumentar el precio del producto, sino debe ofrecer un contenido adicional.

Artículo 50.- Otorga al consumidor afectado por el incumplimiento del proveedor en una promoción o en una oferta: exigir el cumplimiento, aceptar otro

bien o servicio equivalente con el pago de daños y perjuicios y rescindir el contrato en el supuesto de que se hubiera celebrado el mismo.

Capítulo V.- De Las ventas a domicilio, mediatas o indirectas.

Artículo 51.- Hace referencia de las ventas a domicilio mediata o indirecta, entendiéndose por la que se lleva a cabo fuera del local o establecimiento del proveedor, no se aplica bienes percederos.

Artículo 52.- Impone al proveedor a entregar al consumidor una copia del escrito de compra-venta señalándose nombre y dirección respectivamente y garantías.

Artículo 53.- Hace referencia de los contratos de compra-venta y prestación de servicios celebrados en forma directa que puede ser por teléfono, televisión, servicios por correos o mensajería; en donde el proveedor deberá: cerciorarse de la entrega del bien, de la garantía así como costos de seguro y flete.

Artículo 54.- Este precepto menciona los supuestos en que el cobro de un bien o servicio, se haga por medio de un cargo al recibo telefónico, a una cuenta de tarjeta de crédito o débito, el proveedor y el agente cobrador deben advertir en forma clara al consumidor esta forma de cobro.

Artículo 55.- Impone al proveedor que debe mantener registros e información al consumidor de lo necesario para identificar la contratación.

Artículo 56.- Otorga al consumidor un plazo de reflexión de cinco días hábiles para rescindir el contrato sin responsabilidad alguna.

Capítulo VI.- De los servicios.

Artículo 57.- Nos indica que en todo establecimiento de prestación de servicios debe exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, así el como deben estar disponibles

Artículo 58.- Establece que los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos al público no pueden establecer preferencias o discriminación alguna.

Artículo 59.- Establece la obligación del prestador de servicio de entregar al consumidor un presupuesto por escrito indicándose las características del servicio, costo de refacciones así como la mano de obra.

Artículo 60.- También obliga al proveedor dedicado a la reparación de toda clase de productos a emplear partes y refacciones nuevas y apropiadas, a excepción que el consumidor autorice expresamente que se utilicen otras.

Artículo 61.- Otorga al consumidor el derecho a ser indemnizado cuando el motivo de la prestación de servicios, el bien objeto del servicio se pierda o sufra tal deterioro que lo deje total o parcialmente inapropiado para su uso al que esté destinado.

Artículo 62.- Reitera la obligación que tiene el proveedor de expedir factura, especificándose las partes, refacciones y materiales empleados, así como la garantía. (Artículo 12).

Artículo 63.- Este precepto regula los sistemas de comercialización denominados autofinanciamientos.

Artículo 64.- Hace referencia a la prestación del servicio de tiempo compartido, consistente en poner a disposición de una persona o un grupo de personas, el uso, goce y demás derechos que se convengan, mediante el pago de alguna cantidad, sin que se transmita el dominio de bienes inmuebles.

Artículo 65.- Se refiere a la venta o la preventiva de un servicio de tiempo compartido a través del cual el proveedor se obliga ante el consumidor o usuario a permitirle el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, en una unidad variable, por períodos convenidos y mediante el pago determinado en un contrato.

Capítulo VII.- De las operaciones a crédito.

Artículo 66.- Regula la información que se debe proporcionar al consumidor sobre la operación de crédito que se trate, específicamente por lo que se refiere al costo del bien o servicio, a los intereses y demás cargos que se le hagan con motivo del crédito.

Artículo 67.- Establece una regla para el cómputo de los intereses, en donde excluye el enganche o anticipo que se haya pagado.

Artículo 68.- Se podrá capitalizar interés por mutuo consentimiento y el proveedor deberá informar al consumidor del estado de cuenta mensual.

Artículo 69. Este precepto establece dos reglas: La primera refiere a la causación de los intereses que solamente recae sobre saldos insolutos del crédito y no del total del crédito y la segunda consiste que el pago de los intereses se exige por períodos vencidos.

Artículo 70.- Se regulan las consecuencias de la rescisión de los contratos de compra-venta a plazos. La principal consecuencia consiste en que las partes debe restituirse mutuamente las prestaciones.

Artículo 71.- En favor del consumidor para poder optar por la rescisión del contrato en término del artículo anterior.

Artículo 72.- Establece nuevamente la obligación del proveedor para informar detalladamente de cualquier cargo que deba hacer como consecuencia del crédito que otorgue el consumidor.

Capítulo VIII.- De las operaciones con inmuebles.

Artículo 73.- Señala los supuestos en que la Ley se aplica con los actos

relacionados con inmuebles: cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas para venta al público y cuando los proveedores afecten inmuebles al servicio tiempo compartido.

Artículo 74.- Impone al proveedor la obligación de hacer la entrega física o real del bien objeto del contrato precisamente en la fecha convenida y en condiciones acordadas u ofrecidas.

Artículo 75.- Hace referencia a los contratos de adhesión relacionados con inmueble, es decir los contratos elaborados unilateralmente por el proveedor, en donde establece los términos y condiciones aplicables a la adquisición, uso y goce de inmuebles.

Artículo 76.- Otorga a la Procuraduría Federal del Consumidor legitimación procesal activa para solicitar a la autoridad judicial que decrete la medida cautelar consistente en el aseguramiento o embargo provisional de los inmuebles.

Capítulo IX. De las garantías.

Artículo 77.- Hace referencia de que todo bien o servicio que se ofrezca, con garantía debe cumplir con lo dispuesto en la ley y lo pactado entre proveedores y los consumidores.

Artículo 78.- Señala los requisitos que debe contener la póliza de garantía expedida por el proveedor que es: debe ser por escrito, de manera clara y precisa y

debe expresar su alcance y duración, así como mencionar condiciones y mecanismos.

Artículo 79.- Establece las condiciones de exigibilidad de la garantía como: el plazo no puede ser inferior a las disposiciones legales, la responsabilidad del productor, importador y distribuidor para hacer válida la garantía, así también para cubrir los gastos razonablemente erogados, por el consumidor para hacer válida la garantía.

Artículo 80.- Impone la obligación a los productores que deben asegurar y responder del suministro oportuno de partes y refacciones durante la garantía y el tiempo en que los productos sigan fabricándose, armándose o distribuyéndose.

Artículo 81.- Menciona una garantía legal para los bienes que hayan sido sometidos a reparación o mantenimiento y aún el bien presente deficiencias el consumidor tiene derecho a optar por el cambio total del producto o la rescisión del contrato sin responsabilidad alguna.

Artículo 82.- Menciona el supuesto de que el bien objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que lo hagan impropio para su uso. El consumidor tiene dos acciones: la de rescisión del contrato y la acción estimatoria o compensatoria.

Artículo 83.- Establece de manera general de que no se debe computar dentro del plazo de la garantía el tiempo durante el cual se efectúen reparaciones al amparo de la misma.

Artículo 84.- Impone al consumidor, para el caso de que acuda a la Procuraduría a hacer valer sus derechos fuera del plazo establecido por la garantía, el deber de comprobar que compareció ante el proveedor dentro de dicho plazo.

Capítulo X.- De los Contratos de Adhesión

Artículo 85.- Nos describe al contrato de adhesión como aquel documento elaborado unilateralmente por el proveedor, donde fórmula los antecedentes, las declaraciones y las cláusulas del contrato y el consumidor puede aceptarlo sin que se otorgue la posibilidad de que lo modifique.

Artículo 86 Determina el registro obligatorio de aquellos contratos que determine la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, mediante las normas oficiales mexicanas.

Artículo 87.- Nos menciona que en caso de que los contratos de adhesión requieran registro ante la Procuraduría, ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten y si pasado 30 días no hay resolución se tiene por aprobado el contrato.

Artículo 88.- Se contempla la posibilidad de que los proveedores inscriban voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión.

Artículo 89.- Faculta a la Procuraduría el solicitar la información necesaria para conocer la naturaleza del acto del contrato de adhesión, excluyendo la información confidencial o sea parte de secretos industriales o comerciales.

Artículo 90.- Este precepto constituye un combate legal contra las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, por lo que determina cuando una cláusula es nula y se tendrá por no puesta.

Capítulo XI.- Del Incumplimiento

Artículo 91.- En su primera parte impone al proveedor a devolver al consumidor los pagos hechos en exceso del precio máximo determinado, y en caso de incumplimiento además de la sanción de multa, deberá pagar al consumidor adicionalmente los intereses que se generen durante el tiempo que incumpla.

Artículo 92.- Otorga el derecho al consumidor a la reposición, bonificación, compensación o la devolución si los productos no reúnen las condiciones de calidad, marca o especificaciones ofrecidas.

Artículo 93.- A elección del consumidor podrá presentar su reclamación al vendedor o al fabricante, los cuales están obligados a satisfacerla en un plazo no mayor de 15 días a partir de la reclamación.

Artículo 94.- Señala las normas oficiales mexicanas, métodos y procedimientos conforme a los cuales se debe llevar a cabo la comprobación de la calidad y especificaciones de bienes y servicios.

Artículo 95.- Otorga el derecho a los proveedores o distribuidores, que hayan repuesto o reparado productos, a que se les repongan o se les cubra el costo de

reparación frente al fabricante o a la persona de quienes lo adquirieron.

Capítulo XII.- De la vigilancia y verificación.

Artículo 96.- Faculta a la Procuraduría Federal del Consumidor las funciones de inspección y vigilancia en materia de precios y tarifas acordados, establecidos o autorizados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, cuando no corresponda a otra dependencia.

Artículo 97.- Cualquier persona tiene derecho a denunciar sobre hechos que constituyan o puedan constituir una infracción a la Ley, y también la Procuraduría puede actuar de oficio o a petición de parte.

Artículo 98.- Explica que por visita de verificación se entiende la que practique en los lugares donde se administren, almacenen, transporten, distribuyan o expendan productos o mercancías o en los que se presten servicios, y de acuerdo a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Capítulo XIII.- Procedimientos.

Artículo 99.- Regula la reclamación, que es el acto con el cual el consumidor inicia el procedimiento conciliatorio ante la Procuraduría, dicha reclamación puede presentarse en forma escrita, oral o por cualquier otro medio idóneo y los requisitos esenciales es identificar al reclamante, al proveedor, el bien o servicio y los hechos

en que se base ésta.

Artículo 100.- Otorga al consumidor el derecho a presentar su reclamación: en el lugar en que se haya originado el hecho motivo de la reclamación, en el domicilio del consumidor y en el domicilio del proveedor, en cualquiera de estas tres delegaciones.

Artículo 101.- Faculta a la Procuraduría para rechazar de oficio las reclamaciones que sean improcedentes en forma manifiesta e indudable.

Artículo 102.- Prevé como causa de interrupción de la prescripción de los derechos que ejerce el consumidor la presentación de la reclamación.

Artículo 103.- Menciona el plazo dentro del cual se debe notificar al proveedor a partir de recepción y registro de la reclamación.

Artículo 105.- Establece el plazo de seis meses para que se presente reclamación de bienes muebles o de prestación de servicios y de un año tratándose de bienes inmuebles.

Artículo 106.- Menciona los supuestos específicos en los que las partes pueden hacer la consignación ante la Procuraduría mediante la exhibición de billetes de depósitos expedidos por Nacional Financiera que es la institución legalmente facultada para otorgarlos.

Artículo 107.- Regula de manera particular la prueba pericial en caso de requerirse, el consumidor y el proveedor podrán designar su respectivo perito y en caso de discrepancia la Procuraduría designará un perito tercero en discordia.

Artículo 108.- Regula el cómputo de los plazos, que no se señalan días se entenderán naturales y en caso de que concluya el plazo en día inhábil se entenderá que termina el día hábil inmediato siguiente.

Artículo 109.- Establece la forma como se debe acreditar la representación, tratándose de personas físicas bastará la presentación de carta poder simple firmada ante dos testigos y siendo persona moral tendrá que presentar el poder notarial.

Artículo 110.- Otorga a los convenios aprobados y los laudos emitidos por la Procuraduría tener fuerza de cosa juzgada y traen aparejada ejecución y se puede promover ante los tribunales competentes en vía de apremio o en juicio ejecutivo.

Artículo 111.- Menciona que presentada y admitida la reclamación la Procuraduría señalará día y hora para la celebración de la audiencia de conciliación, y procurará avenir los intereses de las partes dando lugar por lo menos cuatro días después de la notificación de la reclamación al proveedor. También la conciliación puede celebrarse por vía telefónica o por otro medio idóneo, pero en tal caso las partes confirmarán por escrito los compromisos adquiridos.

Artículo 112.- Prevé las consecuencias en caso de la falta de rendición del informe y de la incomparecencia del proveedor y en caso de incomparecencia del

consumidor y no presente justificación fehaciente en un plazo de 10 días se tendrá por desistida la reclamación y no podrá presentar otra ante la Procuraduría.

Artículo 113.- Describe los deberes que corresponden al conciliador, como exponer a las partes un resumen de la reclamación y del informe presentado señalando los puntos de divergencia o controversia y por último proponer a las partes una o varias opciones de solución

Artículo 114.- Faculta al conciliador para requerir a las partes la presentación de los medios de prueba que estime necesarios para sustanciar el procedimiento, además puede suspender la audiencia cuando lo estime pertinente. De toda audiencia se debe levantar el acta respectiva

Artículo 115.- Prevé que los acuerdos de trámite que emita el conciliador no admitirán recurso alguno.

Artículo 116.- Menciona el supuesto en donde el conciliador invita a las partes a que se sometan al procedimiento de arbitraje, y que designen a la Procuraduría como árbitro, o bien algún árbitro oficialmente reconocido. En caso de que las partes no estén de acuerdo al arbitraje, el conciliador dictará resolución en el procedimiento de conciliación y dejará a salvo sus derechos, para poder demandar ante la autoridad judicial competente.

Artículo 117.- Permite a los interesados a designar como árbitro a la Procuraduría, sin necesidad de que haya habido reclamación o procedimiento

conciliatorio previo.

Artículo 118.- Cuando las partes deseen someterse a arbitraje lo harán constar mediante acta ante la Procuraduría, aclarando los puntos de la controversia y si el arbitraje es en estricto derecho o en amigable composición.

Artículo 119.- Menciona el arbitraje de equidad por la amigable composición definirán las cuestiones y se resolverá en conciencia y a buena fe.

Artículo 120.- Señala que en el juicio arbitral de estricto derecho, el árbitro debe resolver el conflicto con apego a las reglas del derecho vigente

Capítulo XIV.- Sanciones.

Artículo 125.- Dispone que la infracciones en lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor serán sancionadas por la Procuraduría.

Artículos 126, 127,128 y 129.- Establecen una regularización de sanciones que toma en cuenta de manera gradual el tipo de infracción, a la que se identifica por el número del artículo violado. Estos artículos prevén las siguientes sanciones: la multa, la clausura y el arresto administrativo.

Artículo 130.- Define al término de reincidencia entendiéndose cuando el mismo infractor incurre en dos o más violaciones del mismo precepto legal durante el transcurso de un año contado a partir del día en que se cometió la primera

infracción.

Artículo 131.- Enumera los requisitos y demás medios de prueba con base en las cuáles la Procuraduría debe tener por comprobada la infracción a la Ley, para imponer sanción.

Artículo 132.- Señala los criterios fundamentales que tomará en cuenta la Procuraduría para individualizar las sanciones administrativas: como la condición económica del infractor; si la infracción se cometió con o sin intención del proveedor, es decir de manera dolosa o culposa; la reincidencia, y la gravedad de la infracción y el perjuicio causado al consumidor o a la sociedad en general.

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

Artículo 134.- Otorga a la autoridad que impuso sanción administrativa prevista en la Ley atribuciones de: condonar la sanción, reducirla y conmutarla implica una situación en el tipo de la sanción impuesta, es decir, en vez de clausura multa.

Capítulo XV.- Recursos Administrativos.

Artículo 135.- Menciona que el recurso de revisión puede impugnar las resoluciones administrativas dictadas por la Procuraduría con fundamento en las disposiciones de la Ley y demás ordenamientos jurídicos derivados de ella.

Artículo 136.- Aclara que la interposición del recurso de revisión será ante la autoridad que emitió la resolución y será resuelto por el órgano superior jerárquico que determine el Procurador, mediante acuerdo publicado en el D.O.F.

Artículo 137.- Señala que el recurrente puede ofrecer cualquier tipo de medio de prueba, con excepción de la confesional. Al interponer el recurso de revisión deberá ofrecer las pruebas correspondientes y acompañarlo de los documentos relativos.

Artículo 138.- Establece un plazo no menor de ocho días ni mayor de treinta días para el desahogo de las pruebas que se ofrezcan; así como en lo no previsto en esta Ley en materia de pruebas, se aplicará supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles.

Artículo 139.- Determina el término para que la autoridad competente resuelva dentro de los quince días siguientes de concluir el período probatorio.

Artículo 140.- Señala cuando un recurso de revisión es improcedente en los siguientes supuestos: cuando se presente fuera de tiempo; por no acreditar fehacientemente la personalidad con que se actúa; y por no haber rubricado el documento.

Artículo 141.- Regula la medida cautelar de la llamada suspensión de ejecución de la resolución impugnada.

Artículo 142.- Este precepto menciona la no procedencia del recurso de revisión contra los laudos arbitrales

Artículo 143.- Establece la preclusión por consumación, es decir el recurso de revisión queda consumado por haberse interpuesto y haberse obtenido resolución, y el recurrente no estando de acuerdo con la nueva resolución podrá hacer valer los demás medios de impugnación que procedan, juicio de nulidad fiscal o amparo, según la infracción.

Por último los cinco artículos transitorios que establece cuando entra en vigor la Ley Federal de Protección al Consumidor.

3. CODIGOS Y REGLAMENTOS

a) Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

La Procuraduría Federal de Consumidor, con la finalidad de aplicar y hacer cumplir las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y no correspondiéndole a otra dependencia practicará la vigilancia y verificación necesarias y en lo no previsto por esta Ley, se estará dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

La visita de verificación se llevará de acuerdo por lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Conforme a lo anterior que esta establecido en los artículos 96 y 98 respectivamente de la Ley Federal de Protección al Consumidor. el procedimiento para llevar a cabo la verificación y vigilancia se debe aplicar supletoriamente lo previsto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (artículos 88-109).

b) Código de Comercio

Supletoriamente a la Ley Federal de Protección al Consumidor se aplica el Código de Comercio, y el Código Civil (que más adelante explicare), en materia sustantiva.

En el procedimiento arbitral como recordamos en el artículo 120 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece la posibilidad de que las partes en conflicto se les exhorte a este procedimiento utilizándose como materia supletoria el Código de Comercio, con el objeto de proveer apoyo jurídico en las acciones y decisiones que las partes y el árbitro realicen en virtud de que la Ley Federal de Protección al Consumidor es muy escueta respecto al procedimiento de arbitraje y no serviría la sola aplicación de dicha Ley, para poder llevar a cabo un procedimiento de arbitraje en forma legal, correcta y equitativa para las partes en controversia. (Disposiciones generales Artículo 1415 al 1463 del Código de Comercio.)

El Código de Comercio también apoya a la Ley Federal de Protección al Consumidor en cuanto a términos de cumplimiento de las obligaciones de los proveedores que no estén establecidos en la Ley, ya que recordemos que el proveedor es un comerciante y de acuerdo al artículo 1050 del Código en cuestión las controversias en la que una de las partes tenga la naturaleza de comerciantes y la otra parte de particular se regirán por las leyes mercantiles.

Otra materia en la que se aplica supletoriamente el Código de Comercio es en lo referente al cobro del interés legal ya que la Ley Federal de Protección al Consumidor no especifica en ninguno de sus 143 artículos cual debe ser el interés que un proveedor debe cobrar al consumidor en el caso de no haberse pactado interés convencional.

Por lo que el Código de Comercio siempre será supletorio en lo que la Ley Federal de Protección al Consumidor sea omisa en cuestiones de comercio.

c) Código Civil

En cuánto al Código Civil lo aplicamos supletoriamente en la interpretación de los contratos de los artículos 1851 al 1858; en cuestión de los elementos esenciales y de validez de los contratos; en cuanto a la rescisión tácita o expresa de los contratos; en términos de prescripción del cumplimiento de obligaciones que no estén propiamente regulados en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

d) Código Federal de Procedimientos Civiles

En lo referente a la parte adjetiva siempre utilizaremos complementariamente el Código Federal de Procedimientos Civiles, con el objeto de poder apoyarnos jurídicamente en sus disposiciones para desarrollar un procedimiento que dirima la controversia entre proveedores y consumidores apegada a derecho

Lo antes mencionado lo apoyamos en la tesis jurisprudencial que nos indica que siempre que se violen preceptos de una Ley Federal Administrativa se aplicará supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles por contener este los principios generales y fundamentales del derecho adjetivo procesal. Amparo en revisión 7538-63. Vidriera México, S.A 9 de marzo de 1967 5 votos. Ponente Felipe Tena Ramírez. Precedente: Vol. XLI. Tercera Parte, p. 90 (Semana Judicial de la Federación, Sexta Época, vol. CXVII, 3a parte, marzo de 1967. Segunda Sala, p. 87).

Un ejemplo donde se va aplicar supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles es en relación que para dirimir la controversia entre proveedores y consumidores ambos tienen el derecho de presentar pruebas fehacientes a excepción de la confesional, conforme a los artículos 107, 109, 123, 124 y 137 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Otro punto donde nos apoya el Código en cuestión es el juicio arbitral de estricto derecho y a falta de disposición primeramente en el Código de Comercio, artículo 120 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

e) Reglamento Interno.

La Procuraduría Federal del Consumidor se rige en cuanto a su estructura, organización, funcionamiento por su reglamento interno y su estatuto orgánico.

El Reglamento interno tiene como finalidad la organización de la Procuraduría Federal del Consumidor, para el ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En el artículo 3º. del reglamento interno de la Procuraduría Federal del Consumidor establece que se organiza de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime conveniente.

Este reglamento se constituye por 17 artículos y 3 artículos transitorios, y fue publicado en D.O.F. el día diecinueve del mes de agosto de mil novecientos noventa y cuatro, el cuál entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el D.O.F.

f) Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Tiene como finalidad regular la adscripción y organización interna de las unidades administrativas de la Procuraduría Federal del Consumidor, además distribuye las funciones previstas en la ley Federal de Protección al Consumidor entre dichas unidades. (Artículo 1o).

Este estatuto se constituye por 23 artículos y dos artículos transitorio y entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el D.O.F. y fué el 23 de agosto de 1994.

4.- FINES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

a) Establecer un equilibrio entre los proveedores y los consumidores en la relación que inevitablemente se da día con día, en virtud de la producción, circulación y prestación de bienes, productos y servicios que constituye la actividad básica de la economía de nuestro país.

b) Vigilar conforme a las leyes de la materia que el abasto y distribución de los productos básicos se realice en forma pronta y fluida con el objeto de que el consumidor pueda disfrutar de dichos productos en el momento que los requiera.

c) La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados o productos nocivos originados por el abastecimiento.

d) La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, garantizando la libertad de escoger para satisfacer necesidades y deseos de cada consumidor.

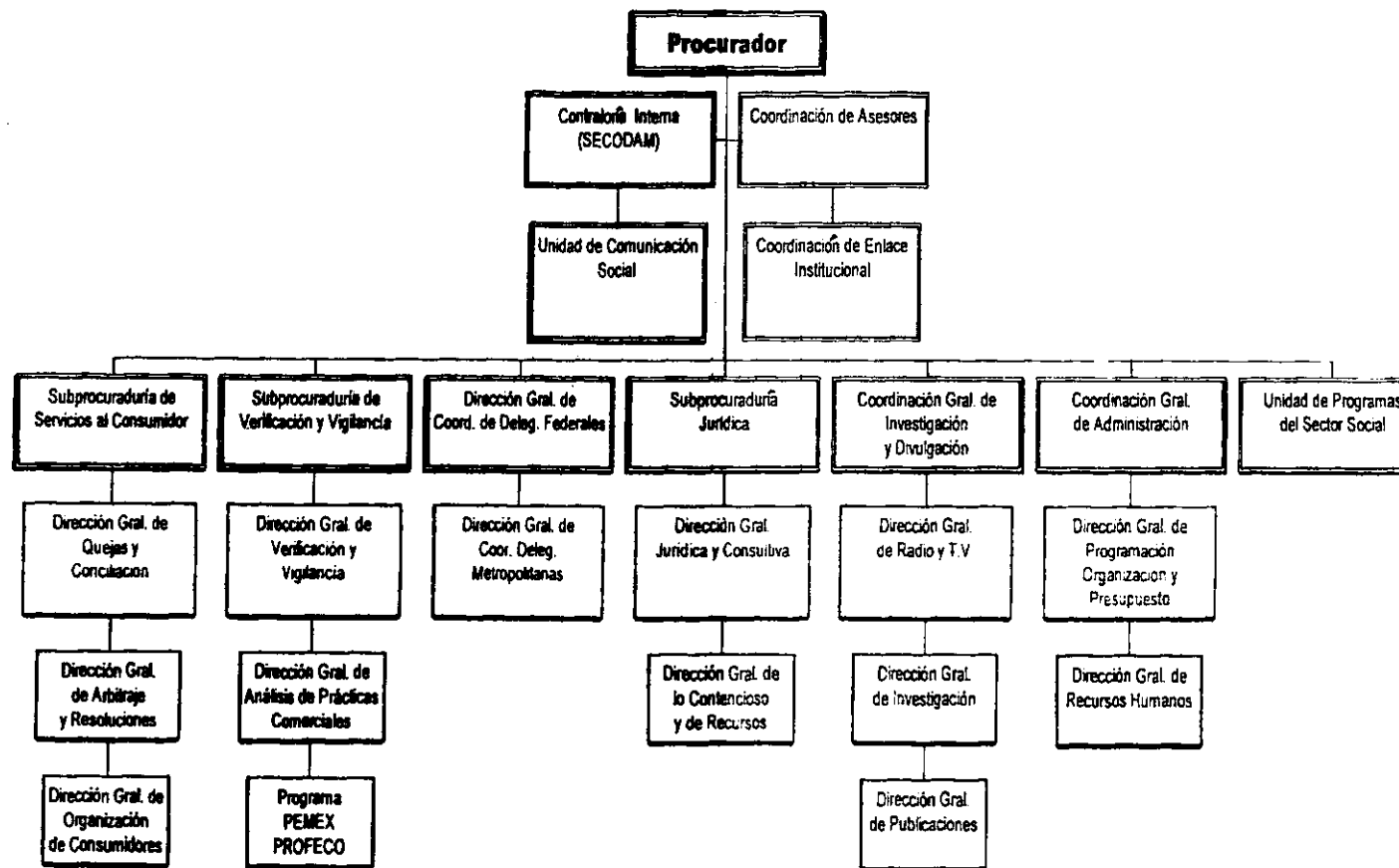
e) La facilidad a los consumidores para defender sus derechos, así como el acceso a los órganos administrativos para la prevención de daños patrimoniales y morales, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica de los consumidores.

f) La información clara y precisa sobre los productos, bienes y servicios, especificándose la cantidad correcta, características, composición, calidad y precio, así como los riesgos que representen.

g) La protección al consumidor sobre prácticas y cláusulas abusivas, así como contra la publicidad engañosa y métodos desleales.

Para lograr dichos fines la Procuraduría Federal del Consumidor, informa y asesora jurídicamente a los consumidores en el ejercicio de sus derechos y a los proveedores en el cumplimiento de sus obligaciones.

ESTRUCTURA ORGANICA DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR



La estructura orgánica de la Procuraduría Federal del Consumidor deriva de la facultad establecida en la fracción III del artículo 27 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en la que dispone a favor del Procurador la atribución de crear unidades y determinar su competencia, acorde al reglamento y estatuto orgánico de la propia Procuraduría.

La autoridad máxima de la Procuraduría Federal del Consumidor es el C. PROCURADOR, de quien depende directamente el Subprocurador de Servicios al Consumidor, Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia, Subprocuraduría Jurídica, Coordinación General de Investigación y Divulgación, Coordinación General de Administración, Dirección General de Coordinación de Delegaciones Federales, Unidad de Programas del Sector Social, Contraloría Interna, Unidad de Comunicación Social, Coordinación de Asesores, Coordinación de Enlace Institucional, Dirección General de Quejas y Conciliación, Dirección General de Arbitraje y Resoluciones, Dirección General de Organización de Consumidores, Dirección General de Verificación y Vigilancia, Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, Programa PEMEX-PROFECO, Dirección General de Coordinación de Delegaciones Metropolitana, Dirección Jurídica Consultiva, Dirección General de lo Contencioso y de Recursos, Dirección General de Radio y Televisión, Dirección General de Investigación, Dirección General de Publicaciones, Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto, Dirección General de Recursos Humanos y Materiales.

La Procuraduría también contará con Direcciones de Área, Subdirectores, Jefes de Departamento, Subjefes de Departamento, Jefes de Oficina, Jefes de

Sección, Jefes de Mesa, Conciliadores, Secretarios, Arbitrales, Dictaminadores, Inspectores, Verificadores, Ejecutores, Notificadores, Peritos, Promotores, Inspectores y demás servidores públicos que determine el Procurador.

A continuación me permito indicar la adscripción de las unidades administrativas que conforman a la Procuraduría Federal del Consumidor de acuerdo a su Estatuto Orgánico:

I - A la Subprocuraduría de Servicios al Consumidor.

- Dirección General de Quejas y Conciliación
- Dirección General de Arbitraje y Resoluciones
- Dirección General de Organización de Consumidores

II.- A la Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia:

- Dirección General de Verificación y Vigilancia
- Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales
- Programa PEMEX-PROFECO

III.- A la Subprocuraduría Jurídica

- Dirección General Jurídica Consultiva
- Dirección General de lo Contencioso y de Recursos

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

IV - A la Coordinación General de Investigación y Divulgación

- Dirección General de Radio y Televisión
- Dirección General de Investigación
- Dirección General de Publicaciones

V - A la Coordinación General de Administración

- Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto
- Dirección General de Recursos Humanos y Materiales.

VI.- Las Unidades de Programas del Sector Social, de Comunicación Social, la Contraloría Interna, Coordinación de Asesores, Coordinación de Enlace Institucional y la dirección General de Coordinación de Delegaciones Federales y Metropolitanas estarán adscritas directamente al Procurador.

Cabe señalar que las delegaciones, ejercerán sus funciones en forma desconcentrada.

La actividad de las unidades será programada, con base en los adjetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo y programas a cargo del organismo que determine el Ejecutivo Federal, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial o el Procurador Federal del Consumidor.

Por cuanto hace el funcionamiento de esta Institución se puede señalar que en

sus inicios las facultades recaían, de manera única y exclusiva en el C. Procurador, quién debía revisar y firmar todos los acuerdos, actas de audiencia, emplazamientos, oficios de imposición de multas, de reducción o revocación de sanciones, las resoluciones a la excepciones que en su caso hicieran valer los interesados, entre otros.

Sin embargo el crecimiento de la Institución se ha impuesto y ha creado la necesidad de que el C. Procurador delegue atribuciones en sus servidores públicos subalternos, sin perjuicio de su ejercicio directo, con el objeto de una mejor coordinación y desarrollo del servicio que se brinda. de acuerdo con lo que establezca el Estatuto Orgánico de la Procuraduría o mediante acuerdo que se publicará en el D.O.F. (Artículo 5o. del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor).

Así bien, actualmente encontramos las atribuciones de los servidores públicos de la Procuraduría Federal del Consumidor en su Estatuto Orgánico.

Por lo que corresponde al C. Procurador: Establecer, dirigir y controlar las políticas de la Procuraduría, proponer al Ejecutivo Federal los proyectos de leyes, reglamentos, decretos, acuerdos y demás ordenamientos jurídicos para el cumplimiento de la ley, expedir manuales de organización, de procedimientos y de servicios públicos, adscribir orgánicamente las unidades administrativas, crear las unidades que se requieren y determinar su competencia, nombrar y remover al personal al servicio de este organismo, proponer el anteproyecto de presupuesto de la Procuraduría y autorizar el ejercicio del aprobado, establecer criterios para la

imposición de sanciones, así como para reducirlas, modificarlas o conmutarlas. determinar quien deberá conocer y resolver los recursos de revisión. expedir las condiciones generales de trabajo del personal con la intervención que legalmente corresponda al sindicato, informar al Secretario de Comercio y Fomento Industrial respecto a los asuntos que competan a la Procuraduría, excitar a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores y las demás que le otorguen otros ordenamientos jurídicos y que no puedan ser delegables.

Los Subprocuradores y Coordinadores Generales tienen comúnmente las siguientes atribuciones: planear, coordinar, controlar, dar seguimiento y evaluar las acciones de las unidades administrativas bajo su adscripción; administrar los recursos presupuestales que para el desarrollo de sus funciones le hayan sido asignados, coordinarse para el mejor desarrollo de las atribuciones que les han sido conferidas; acordar con el Procurador el despacho de los asuntos encomendados; someter a la aprobación del Procurador los estudios y proyectos elaborados por las unidades administrativas de su adscripción; intervenir en la elaboración de proyectos de leyes, reglamentos, acuerdos etc. respecto a sus ámbitos de competencia y los que les encomiende el Procurador; emitir lineamientos y criterios sobre el desempeño de las atribuciones conferidas a las unidades administrativas de su adscripción; vigilar que se cumpla estrictamente con los ordenamientos jurídicos, promover la coordinación y colaboración de la Procuraduría con otras dependencias del Sector Público y Privado para lograr los fines que establece la ley y celebrar convenios dentro del ámbito de su competencia; dar a conocer las unidades administrativas bajo su adscripción las resoluciones y acuerdos del C.

PROCURADOR, las demás que les confieran otros ordenamientos jurídicos.

Los Directores Generales dentro del ámbito de su competencia les corresponde las atribuciones que a continuación se enumeran: planear, coordinar, controlar y evaluar las acciones derivadas de los programas a su cargo y del ejercicio de las atribuciones conferidas por el reglamento y Estatuto Orgánico, administrar los recursos presupuestales que para el cumplimiento de sus funciones les serán asignados; proponer al Procurador, Subprocurador y Coordinador General al que se encuentren adscritos la celebración de bases de concertación, coordinación, colaboración e información con otras dependencias, entidades del sector público y privado, requerir a las autoridades, los proveedores y consumidores en un plano no mayor a quince días, la información necesaria para substanciar los procedimientos previstos por la Ley Federal de Protección al Consumidor, emitir los criterios de aplicación general en el área a su cargo, elaborar el proyecto de programa de presupuesto, coordinarse con otras unidades administrativas de la Procuraduría del sector público para el mejor desarrollo de sus atribuciones, dar a conocer los acuerdos y resoluciones de autoridades superiores, aplicar la Ley y demás ordenamientos jurídicos conducentes y vigilar su cumplimiento, imponer las medidas de apremio y las sanciones que procedan, ordenar la práctica de verificaciones, notificaciones, peritajes y ejecución de sanciones, motivar, fundar y suscribir sus resoluciones y actuaciones, proporcionar asesoría y orientar a los consumidores y proveedores respecto a sus derechos y obligaciones, denunciar los hechos que puedan ser constitutivos de delitos, dejar sin efecto o reducir los medios de apremio impuestos a particulares cuando estos acrediten no haber podido realizar la conducta requerida por caso fortuito o fuerza mayor y las demás que les confieren

otros ordenamientos jurídicos.

Las unidades con que cuenta este organismo dependen directamente del C. Procurador y para mayor ilustración, me permito señalar las atribuciones de cada una de ellas, de acuerdo como lo establece el Estatuo Orgánico de la Procuraduria Federal del Consumidor.

Unidad de programas del sector social.

Coordinar las relaciones entre la Procuraduria y las instancias y organizaciones del sector social, proponer al Procurador programas y actividades en materia de organización, capacitación, presentación y defensa comun de los intereses de agrupaciones del sector social como consumidores, auxiliar al procurador en sus relaciones institucionales con organizaciones del sector social, ordenar o realizar los estudios necesarios para conocer la opinión de los consumidores respecto a las disposiciones jurídicas que regulan la protección al consumidor y las demás que encomiende el procurador.

Unidad de Comunicación Social;

Formular, proponer y ejecutar los programas de comunicación social, imagen institucional y relaciones públicas de la Procuraduría , conducir e instrumentar, las relaciones de la Institución con los medios de comunicación; elaborar los boletines, materiales audiovisuales y gráficos y todo elemento informativo que requiere la opinión pública respecto a los programas y acciones de la Procuraduría, recopilar,

conservar y analizar la información relativa a la Procuraduría y que se difunda a través de los medios de comunicación, proponer los criterios conforme a los cuales deberán regirse en las delegaciones.

Contraloría Interna

Le corresponde organizar, instrumentar y coordinar el sistema integrado de control y evaluación de la Procuraduría, e informar de sus resultados al Procurador, a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación, vigilar y comprobar, mediante los programas de auditoría el cumplimiento de las disposiciones y lineamientos de control emitidos por autoridades competentes, supervisar la aplicación en las diferentes áreas de la Procuraduría de las disposiciones jurídicas y normas en materia de administración y aprovechamiento de los recursos financieros, diseñar y aplicar conjuntamente con las unidades administrativas los mecanismos e instrumentos de autoevaluación que deberán adoptar, evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas comprendidos en los programas de trabajo y operativos de la institución, recibir, investigar y atender las quejas y denuncias que se presenten en contra de servidores públicos y, en su caso, iniciar los procedimientos de fincamiento de responsabilidad administrativa, así como hacer del conocimiento de la Dirección General de los Contencioso y de Recursos los hechos que presuntamente constituyan delitos, proporcionar a la Secretaría General de la Federación la información y reportes que deban serle entregados, entre otras más.

A la Coordinación de Investigación de conformidad al Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor le corresponde.

Diseñar, instrumentar y supervisar la realización de investigaciones, estudios y análisis de carácter técnico-científico sobre las características y cualidades de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, coordinar y practicar investigaciones socioeconómicas y de mercado con objeto de evaluar la oferta de bienes y servicios, así como la composición de la demanda y la conducta de los diferentes sectores de la población, proponer y llevar a cabo investigaciones para analizar nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones del mercado, proponer lineamientos de normalización y metrología mediante la realización de investigaciones y dictámenes de carácter técnico, promover la participación de proveedores en la realización y financiamiento de pruebas de calidad, establecer los lineamientos para que las Delegaciones realicen investigaciones sobre la calidad de los productos y proponer mecanismos de cooperación con otras dependencias y organismos públicos, privados y sociales que realicen investigaciones sobre bienes y servicios a nivel nacional e internacional.

La Coordinación de Publicaciones tiene como atribuciones.

Coordinar e instrumentar el programa de publicaciones de la Procuraduría, establecer los mecanismos de financiamiento de los proyectos editoriales de la institución, con objeto de producir materiales competitivos en el mercado y de utilidad para la población, emitir los lineamientos para la elaboración de publicaciones en las Delegaciones, coordinar la realización de proyectos en los que participan los sectores productivos del país, fijar los criterios y lineamientos de distribución y comercialización de publicaciones de la Procuraduría y establecer

convenios de intercambio de información con publicaciones especializadas en materia de consumo. (Artículo 18 Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor).

Son atribuciones de la coordinación de radio y televisión:

Diseñar, dirigir, organizar y supervisar la programación y producción de los materiales audiovisuales de la Procuraduría, así como establecer sus formas de difusión, realizar análisis de contenido de la publicidad, remitiendo al Coordinador General las consideraciones y pruebas relacionados con posibles violaciones a la Ley, promover la celebración de convenios con dependencias o entidades públicas e incluso con organismos privados para la realización y difusión de programas de radio y televisión sobre relaciones de consumo, coordinar la utilización de tiempos oficiales en radio y televisión y proyectar los mensajes y programas informativos de orientación de la Procuraduría y promover en colaboración de los sectores audiovisuales en los que se destaque la calidad y competitividad de los productos nacionales. (Artículo 19 del Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor).

La Coordinación de Educación para el consumo cuenta con las siguientes atribuciones:

Coordinar, realizar evaluar y proponer los lineamientos de los proyectos de carácter educativo destinados a orientar y modificar hábitos y prácticas de consumo y conformar una nueva cultura de consumo, promover convenio de intercambio y

participación con los sectores público, privado y social para la realización de programas educativos, elaborar los materiales y contenidos a utilizarse en los programas educativos de la Procuraduría, diseñar y coordinar la capacitación de los promotores que lleven a cabo los programas, supervisar y controlar los programas educativos en las Delegaciones, promover la participación de la Procuraduría en curso, talleres, seminarios, en materia de consumo, proponer la realización de programas de radio y televisión, publicaciones e investigaciones conforme a las necesidades de orientación y educación de la población consumidora.

Dar seguimiento a peticiones de organismos internacionales en materia de educación para el consumo entre otras.

Por último, en párrafos anteriores se señaló la existencia de las Delegaciones, que no son otra cosa que representaciones de esta institución a nivel metropolitano y estatal en donde a la cabeza encontramos a un Delegado, quien será nombrado y removido por C. PROCURADOR, y el cual será auxiliado para el despacho de los asuntos de su competencia por los servidores públicos que determine el C. Procurador.

Las Delegaciones no tendrán limitaciones respecto a la competencia por cuantía o por territorio o por los asuntos que conozcan y sus atribuciones de acuerdo al artículo 16o. del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor son:

Asesorar y orientar a los consumidores y a los proveedores en relación con sus derechos y obligaciones, representar individualmente o en grupo a los

consumidores ante autoridades jurisdiccionales, entidades u organismos públicos o privados y ante los proveedores, recibir y atender las reclamaciones que presentan los consumidores en contra de proveedores, requerir a las autoridades. proveedores y consumidores la información necesaria para substanciar procedimientos, sustanciar los procedimientos conciliatorios, arbitral y por infracciones a la Ley, ejercer funciones de vigilancia y verificación, recibir y tramitar los contratos de adhesión, recibir y sustanciar los recursos de revisión, denunciar o formular querrela ante el Ministerio Público, llevar a cabo estudios de mercado, procurar la utilización de medios masivos de comunicación para difundir información sobre los derechos de consumidor y lo referente a precios, tarifas etc., establecer unidades de servicio, módulos, etc. de atención a los consumidores, coordinar y convenir acciones de protección al consumidor con instituciones y organizaciones de los sectores públicos, social y privado, administrar el presupuesto asignado, recibir las quejas y denuncias que se presenten en contra de servidores públicos adscritos a la Delegación y remitirlas a Contraloría Interna, informar a la Dirección General de Coordinación de Delegaciones o a las Unidades Normativas respecto a sus actividades y avances entre otras.

6.- COMPETENCIA Y LIMITACIONES DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

COMPETENCIA.- “Es la actitud o posibilidad derivada de una Ley objetiva otorgada a un órgano para desarrollar sus funciones jurisdiccionales o

administrativas dentro de los límites que la propia Ley impone”²⁸

La Procuraduría Federal del Consumidor, representa una modalidad de la descentralización administrativa como ya lo estudiamos en el capítulo II, encontrando su competencia en lo establecido por los artículos 1o. en su primer párrafo, 3o, 4o, 6o y 24o de la Ley Federal de Protección al Consumidor que a la letra dice:

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

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

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

28.- ARELLANO GARCIA, Carlos, “Práctica Forense del Juicio de Amparo”, 3a. ed., Edit. Porrúa, S.A., México, 1998, pag. 59

ARTÍCULO 6.- “Estarán obligados al cumplimiento de esta Ley los proveedores y los consumidores. Las entidades de la administración pública federal, estatal y municipal están obligadas en cuanto tengan el carácter de proveedores o consumidores”.

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

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

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

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

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

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

VI.- Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y

problemas de los consumidor:

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

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

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

X.- Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos;

XI.- Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta Ley;

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

XIII.- Vigilar y verificar el cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados y establecidos, registrados o autorizados, por la Secretaría y coordinarse con otras dependencias legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la

eficaz protección de los intereses del consumidor, a la vez evitar duplicación de funciones;

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

XV.- Registrar los contrato de adhesión que lo requieran, cuando cumplan la normatividad aplicable, y organizar y llevar el Registro Público de contratos de adhesión,

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

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

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

XIX.- Aplicar las sanciones establecidas en esta Ley;

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

XXI.- Las demás que confiera esta Ley y otros ordenamientos.”

Para comprender con mayor claridad, cual es la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor, es esencial que recordemos que como organismo descentralizado que ha sido creado por una Ley o decreto emanado por el Congreso de la Unión que se le asigna determinada competencia territorial o funcional, teniendo cierta autonomía sin llegar a la independencia y control sobre ellos y por último sus objetivos son realizar actividades que competen al Estado, prestando un servicio público o social, teniendo para ello, personalidad jurídica y patrimonio propio, necesario para llevar a cabo dichas funciones.

La Procuraduría Federal del Consumidor siendo un organismo público con funciones especiales como es la de vigilar y salvaguardar los intereses de los consumidores mediante el ejercicio de sus atribuciones que le confiere la Ley más aún su competencia se reafirma en el artículo 24 de la Ley como ya lo transcribimos.

Es importante referirnos al orden público, que encierra a la Ley y para ello nos vamos al estudio de la doctrina en la que encontramos la distinción.

Entre las normas de derecho público y las normas de orden público, el

elemento de distinción que encontramos es los sujetos de la relación jurídica. esto es, en la norma de orden público los sujetos son particulares, ya sean personas físicas o morales y se encuentran colocadas, en consecuencia, en un plano de coordinación, en cambio, en las normas de derecho público, uno de los sujetos de la relación cuando menos, lo es el Estado, en su calidad de tal, como autoridad, como poder y por lo tanto se encuentra colocado, cuando el particular es el otro sujeto de la relación, en un plano de supraordinación.

De lo anterior se desprende también que las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, son de orden público, puesto que al establecer en su artículo 6o. que estarán obligados al cumplimiento de esa ley los proveedores y los consumidores. Las entidades de las administraciones públicas federal, estatal y municipal, cuando tengan el carácter de proveedores o consumidores, podemos desprender que se esta tomando al Estado en un plano de coordinacion, no como autoridad ni como poder.

Dos factores esenciales de las normas de orden público son su imperatividad e irrenunciabilidad, conceptos que se contemplan en el artículo 1o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, al establecer la observancia de la misma en toda la República, sin que puedan alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario, así como la irrenunciabilidad a sus disposiciones.

LIMITACIONES

Limitar.- "Poner límites a la jurisdicción de una autoridad o a los derechos de

una persona."²⁹

La Procuraduría Federal del Consumidor y conforme lo que establece la Ley, queda exceptuada de los servicios que se presten en virtud de una relación o contrato de trabajo, los de las Instituciones y Organizaciones cuya supervisión o vigilancia está a cargo de las Comisiones Nacionales Bancarias y de Valores o de Seguros y Fianzas, así como los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil, (artículo 5o.)

La Ley Federal de Protección al Consumidor al excluir las relaciones o contratos de trabajo se justifica por el hecho de que la materia de su conocimiento son las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores, que no pueden comprender dichas relaciones o contratos de trabajo, las cuales se encuentran sujetas a las disposiciones del artículo 123 constitucional, en sus dos apartados y a sus respectivas leyes reglamentarias.

También la Ley al eliminar de su regulación a los servicios prestados por las Instituciones y Organizaciones sujetas a la inspección y vigilancia de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, esta dejando de conocer todos los servicios que prestan las Instituciones de crédito y las organizaciones auxiliares del crédito, así como las casas de cambio, en cuanto que desempeñan una actividad auxiliar de crédito, las casas de bolsa y los especialistas bursátiles; dichos actos y operaciones de dichas instituciones y organizaciones que

²⁹ Grupo Editorial Oceano, Oceano Uno color Diccionario Enciclopédico, Edit. Oceano, Edición, México 1996.

no correspondan a los servicios que les sean propios, y que puedan implicar una relación de consumo en los términos del artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así deben quedar sujetos a las disposiciones de esta.

Por lo anterior es evidente que la exclusión de los Servicios financieros de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor hay una regla de excepción que debe aplicarse en forma estricta, ya que la exclusión no es de carácter personal o subjetiva, sino objetiva, puesto que deben considerarse en estos actos y operaciones tanto las personas morales o físicas que asuman el carácter de proveedores en los términos previstos en el artículo 2o. fracción II de la Ley en cuestión.

Por lo que se refiere a la exclusión de los servicios profesionales en la Ley Federal de Protección al Consumidor, se debe ver desde el punto de vista de la relativa distinción entre el derecho civil y el derecho mercantil, ya que normalmente los contratos de prestación de servicios profesionales se encuentran regulados en los códigos civiles, los cuales en nuestro país son de la competencia de los órganos legislativos estatales o locales de acuerdo con la distribución prevista en el artículo 124 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Esto significa que, desde el punto de vista de la legislación aplicable, los contratos de prestación de servicios profesionales normalmente tienen carácter civil. Sin embargo, el artículo 5o. de la Ley, sujeta a las disposiciones de ésta a la prestación de servicios profesionales que tengan carácter mercantil. La mercantilidad de dichos servicios debe determinarse en base a las disposiciones del Código de

Comercio que regula los actos mercantiles.

Y desde el punto de vista del sujeto, se deben considerar mercantiles los servicios profesionales prestado por sociedades mercantiles como por personas físicas que se dedican habitualmente al comercio (artículo 3o. del Código de Comercio); prestación de servicios profesionales podrá ser calificada de mercantil cuando corresponda a alguna de las hipótesis previstas en el artículo 75 del Código de Comercio que señala lo siguiente:

Artículo 75 “La Ley reputa actos de comercio:

I.- Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados;

II.- Las compras y ventas de bienes inmuebles cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;

III.- Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las Sociedades Mercantiles;

IV.- Los contratos relativos a obligaciones del Estado y otros Títulos de crédito corrientes en el comercio;

V.- Las empresas de abastecimiento y suministros;

VI.- Las empresas de construcciones y trabajos públicos y privados:

VII.- Las empresas de fábricas y manufacturas;

VIII.- Las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra y por agua.
y las empresas de turismo:

IX.- Las librerías y las empresas editoriales y tipográficas:

X.- Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de comercio y establecimientos de ventas en pública almoneda;

XI.- Las empresas de espectáculos públicos,

XII.- Las operaciones de comisión mercantil;

XIII.- Las operaciones de mediación en negocios mercantiles;

XIV.- Las operaciones de bancos;

XV.- Todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la nevegación interior y exterior;

XVI.- Los contratos de seguros de toda especie, siempre que sean hechos por empresas;

XVII.- Los depósitos por causa de comercio;

XVIII.- Los depósitos en los almacenes generales y todos las operaciones hechas sobre los certificados de depósito y bonos de prenda librado por los mismos;

XIX.- Los cheques, letras de cambio o remesas de dinero de una plaza a otra, entre toda clase de personas.

XX.- Los valores u otros títulos a la orden o al portador y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se pruebe que se derivan de una causa extraña al comercio;

XXI.- Las obligaciones entre comerciantes y banqueros si no son de naturaleza esencialmente civil;

XXII.- Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio;

XXIII.- La enajenación que el propietario o el cultivador hagan de los productos de su finca o de su cultivo;

XXIV.- Cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados en este código;

En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitro judicial.”

CAPITULO IV

PROPUESTA PARA UN MEJOR FUNCIONAMIENTO DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

1.- REFORMAS A LA CONSTITUCION

a) Como ya lo manifestamos en el capítulo respectivo el tratamiento jurídico de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que da a la Procuraduría Federal del Consumidor es totalmente insuficiente, toda vez que el artículo 28 de nuestra carta magna nos establece como ya vimos la existencia de un organismo encargado de regular y vigilar lo relativo a la distribución, circulación y precios de productos básicos, pero jamás menciona que dicho organismo sea una Procuraduría Administrativa con facultades Constitucionales capaces de poder realmente apoyar a los consumidores, por lo que mi propuesta fundamental es que dicho artículo en cuestión sufra modificaciones para que la Procuraduría Federal del Consumidor realmente tenga un sustento jurídico Constitucional como el que necesita en la actualidad señalándose, claramente las facultades generales con las que la Procuraduría cuenta con base en su Ley orgánica, mencionándose el nombre de la Procuraduría Federal del Consumidor como el organismo encargado de realizar las actividades, ejercer los derechos y cumplir con las obligaciones que se establezcan en el artículo 28 Constitucional, en materia de consumo.

b) Crear la obligación Constitucional a cargo del C. Procurador Federal de rendir un informe anual al Presidente de la República sobre las actividades desarrolladas por la Procuraduría Federal del Consumidor durante dicho lapso con la finalidad de ir perfeccionando su funcionamiento y los servicios que brinda.

2.- REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

I.- Adicionar al artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor una fracción en la cual se le otorgue a la Procuraduría Federal del Consumidor la facultad para exigir al proveedor que sea sometido al proceso de conciliación una cantidad de dinero como depósito o fianza equivalente a la posible multa que se le vaya imponer y al daño que el consumidor haya sufrido en su patrimonio. a efecto de que la Procuraduría pueda cumplir con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, artículo 1o. que nos señala que el objeto de esta Ley es la efectiva reparación del daño material y moral que sufre el consumidor

Lo anterior con la finalidad de acabar con la impunidad de los proveedores, los cuales muchas veces prefieren pagar una multa y no llegar a ningún acuerdo con el consumidor durante los procedimientos seguidos ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

II.- La necesidad de crear un organismo de capacitación en materia del derecho del consumidor, con el objeto de que este organismo, se encargue de capacitar en forma periódica a todo el personal que labora dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, a fin de que se preste un mejor servicio a los consumidores y proveedores por parte de la dependencia gubernamental la que esta obligada a prestárselos y a evitar que los empleados y funcionarios de la Procuraduría Federal del Consumidor sufran una inminente desactualización de la materia, al no tener acceso a las diferentes jurisprudencias o reformas que sufran las leyes complementarias, todo esto originado por la nula impartición de cursos,

especialidades o diplomados en materia del derecho del consumidor.

III.- La urgencia de impartir derechos del consumidor a todo el pueblo mexicano empezando desde la educación básica, así mismo implantar como obligatoria la materia del Derecho del Consumidor en todas las Universidades particulares y públicas de todo el país, sin importar la carrera de que se trate.

IV.- Es primordial crear una carrera en materia del Derecho del Consumidor dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor, para que todos los puestos desde los más pequeños hasta los más importantes dentro de dicha Institución sean ocupados por personal capacitado en la materia evitando que periodo tras periodo se cambien las administraciones e imponiéndose gente que no tiene el conocimiento de la materia, y por lo tanto no les importa desempeñar en forma eficiente y correcta su trabajo, originándose una burocracia dentro de la Institución que no permite que la Procuraduría Federal del Consumidor cumpla con los fines para lo cual fue creada.

V.- Que el Procurador Federal del Consumidor sea nombrado por la Cámara de Diputados mediante insaculación (sorteo) de una terna presentada por cada uno de los grupos parlamentarios que la integran tomándose la decisión por mayoría de votos de los Diputados presentes en la sesión correspondiente.

VI.- Que los funcionarios que componen a la Procuraduría Federal del Consumidor hagan efectivo el medio de apremio establecido en el artículo 25 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que establece que dicha Procuraduría

puede ampliar como medios de apremio la multa que puede ser hasta 200 veces el salario mínimo y el auxilio de la fuerza pública, este último jamás se emplea, por lo que los proveedores no son obligados más que con multa a presentarse a la audiencia de conciliación en la Procuraduría Federal del Consumidor y muchas de las ocasiones el proveedor prefiere pagar dicha multa que presentarse.

CONCLUSIONES

1.- Desde el origen de la Procuraduría Federal del Consumidor, sus funciones han sido fundamentales para ordenar y regular las relaciones de consumo, sobre la base de criterios de mayor justicia y equidad

2 - La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Sus funciones son de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, procurando la equidad y seguridad jurídicas en las relaciones entre proveedores y consumidores.

3.- La Procuraduría Federal del Consumidor se regirá por la Ley Federal de Protección al Consumidor, su reglamento y estatuto orgánico.

4.- La Ley Federal de Protección al Consumidor es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus preceptos son irrenunciables, su finalidad es promover y proteger los derechos del consumidor y procura la equidad y seguridad jurídica.

5.- La Procuraduría Federal del Consumidor aunque cuenta con facultades amplias, si requiere de mayores atribuciones, para que en muchas de las ocasiones no se hable de que no actúa conforme a la Ley, o que es incompetente.

6.- La Procuraduría Federal del Consumidor asesora a los consumidores en sus derechos y a los proveedores a cumplir con sus obligaciones, esto derivado de la relación jurídica de consumo.

7.- Sus funciones de orientación, información, de difusión, educativas y de investigación permiten a la Procuraduría Federal del Consumidor contribuir a prevenir conflictos, ya que en medida de que desempeñe dichas actividades, esta proveeendo a los consumidores de elementos de juicio para evitar diferencias en las relaciones de consumo.

8.- De acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor sus disposiciones se aplican únicamente a los sujetos que tienen la calidad jurídica de consumidor y proveedor derivado de la contratación jurídica donde se realiza un acto de consumo, regulado dicho acto por el Código de Comercio.

9.- En lo relativo a la regulación de los Derechos del Consumidor y la protección de los mismo, por diversas autoridades, resalta el que debe existir una coordinación entre éstas, para poder llevar a cabo en forma eficaz, las tareas antes mencionadas, en síntesis, la protección al consumidor comprende la de su seguridad en el mercado antes y después y en el momento en que este se encuentre en el mercado, la de su información, la de su educación y el fomento de Instituciones que lo defienden.

10.- La Procuraduría tiene como objetivo principal el cuidado del consumo nacional, para que éste, como última etapa del proceso económico, se fortalezca mediante la formación de una conciencia de responsabilidad, honradez y buena fe de los fabricantes, prestadores de servicios y comerciantes, para con los consumidores mexicanos.

BIBLIOGRAFÍA

DOCTRINA

- ACOSTA ROMERO, Miguel. Teoría General del Derecho Administrativo, Primer curso; 2a. ed., Edit. Porrúa. S.A., México 1997

- ARELLANO GARCIA, Carlos; Práctica Forense del Juicio de Amparo. 3a. ed.; Edit. Porrúa. S.A. México 1998

- BECERRA CALETTI, Rodolfo.; La Protección de los Consumidores; Ediciones ECA, México, 1989.

- CABANELLAS, Guillermo; Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Vigésima primera edición, Tomo IV, Argentina 1989.

- CAPITANT, Henri; Vocabulario Jurídico; 6a. reimpresión, Ediciones Palma, Buenos Aires 1979

- COLMEIRO, Manuel, Derecho Administrativo, Tomo I, Edit. Porrúa, S.A. México, 1990.

- DELGADILLO GUTIERREZ, Luis Humberto; Compendio de Derecho Administrativo; Edit. Porrúa, S.A., México 1997.

DELGADO MOYA, Rúben; El Derecho Social del Presente, Edit. Porrúa, S.A., México, 1977

- FIX-ZAMUDIO, Héctor; Protección Jurídico de los Derechos Humanos Estudios Comparativos; Comisión Nacional de Derechos Humanos, México, 1991.

----- La Solución Escandinava, el Ombudsman; Comisión Nacional de Derechos Humanos, México, 1989.

- FRAGA, Gabino; Derecho Administrativo. 36a. ed. Edit. Porrúa, S.A., México, 1997.

- GARCIA MAYNEZ, Eduardo; Introducción al Estudio del Derecho. 6a. ed. Edit. Porrúa, S.A., México, 1983.

- KAYE J., Dionicio; Ley Federal de Protección al Consumidor Comentada y Concordada; Edit. IEESA, México, 1976.

- MARGAIN MANAUTOU, Emilio; Introducción al Estudio del Derecho Administrativo Mexicano; 2a. ed., Edit. Porrúa, S.A. México, 1997

- MARIA DIEZ, Manuel; Manual de Derecho Administrativo. Vol. I, Edit. Plus Ultra, Buenos Aires 1983.

- MONTERRUBIO C., Mario Lic.; Ley Federal de Protección al Consumidor Comentada; Editada por textos universitarios, S.A., México, 1977

-OLIVERA TORO, Jorge; Manual de Derecho Administrativo, 7a. ed., Edit. Porrúa, S.A. México, 1997.

-OVALLE FAVELA, José; Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor, 2a. ed. Edit. McGraw Hill. México, 1995

-RECANSENS SICHES, Luis; Introducción al Estudio del Derecho, 12a edit. Edit. Porrúa, S.A. México, 1997

-SERRA ROJAS, Andres; Derecho Administrativo, Edit. Porrúa, S.A., México, 1991.

- TRUEBA URBINA, Alberto; Nuevo Derecho Administrativo del Trabajo, 2o. Tomo, 2a. ed., Edit. Porrúa, México, 1979.

- - - - - ; Nuevo Derecho del Trabajo, Edit. Porrúa, S.A., México, 1972.

-VILORO TORANZO, Miguel; Introducción al Estudio del Derecho, 12a. ed., Edit. Porrúa, S.A., México, 1996.

LEGISLACIÓN

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

- Ley Federal de Protección al Consumidor.

- Ley Federal de Metrología y Normalización.

- Código de Comercio

- Código Civil para el Distrito Federal.

- Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal

- Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor

- Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor.

- Decreto por el que se reforma y adiciona la Ley Federal de Protección al Consumidor, D.O.F., jueves 7 de febrero de 1985.

ECONOGRAFIA

- Pliego Montes, Salvador, La Procuraduría de Justicia en Materia de Derechos Humanos; en la obra colectiva, El consumidor y los Derechos Humanos, Instituto Nacional del Consumidor, 1985, Conferencia

- Enciclopedia Jurídica Omeba, Muti, Opic, Libros Ciencia, Ancalo, S.A., Buenos Aires, 1976.

Diccionario Jurídico. México, D.F. UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1985.

- Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Madrid 1984, 20a. ed. Tomo II.

- Grupo Editorial Océano, Océano uno Color Diccionario Enciclopédico. Edit. Océano, México 1996.

- Revista del Consumidor, Número 109, marzo de 1986.

- Revista del Consumidor, Número 113, marzo de 1988

- Revista del Consumidor, Número 217, marzo de 1995