

315009

2



UNIVERSIDAD SALESIANA A.C.

DERECHO

EL DERECHO DE PROTECCION DE LOS
CONSUMIDORES EN MEXICO

290429

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADA EN DERECHO

P R E S E N T A :

JULISSA FRANCISCA AVILES PLATA

ASESOR: LIC. MARCOS MARIN AMEZCUA

MEXICO, D.F.

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A MIS PADRES:

Por todo su apoyo y confianza que fue depositado en mi, y por todos los esfuerzos y sacrificios realizados, los cuales no fueron ni serán en vano. Gracias por la herencia más valiosa que me dieron, la educación y trabajo constantes ligados en todo momento a la honestidad y al amor de **Dios, María Auxiliadora y Don Bosco.**

ADVERTENCIA

La investigación de la presente TESIS fue realizada durante el año 2000, por lo tanto, todo cambio a las instituciones en cuanto a su designación no garantizan honorabilidad en el desempeño de sus funciones.

Esto se refiere porque en el presente trabajo se utiliza la anterior denominación de Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), conocida como Secretaría de Economía, a partir del cambio de gobierno en nuestro país el 1 de Diciembre del 2000.

INDICE.

ADVERTENCIA	
INTRODUCCION	I

CAPITULO I.

ANTECEDENTES DE LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN MEXICO.

1.1.	Epoca Prehispánica	1
1.2.	Epoca Colonial	6
1.3.	Siglo XIX	10
1.4.	Siglo XX	14
1.5.	Derecho de los consumidores en México	18
1.6.	Consumo y Derecho Civil	21

CAPITULO II.

RELACION JURIDICA DE CONSUMO.

2.1.	Relación Jurídica de Consumo	23
2.1.1.	Consumidor	24
2.1.2.	Proveedor	26
2.1.3.	Estado	29
2.1.3.1.	Figura del Consumidor	33
2.1.3.2.	Relación entre Consumidor y Proveedor	36
2.2.	Derecho de Consumo	38
2.3.	Interés Jurídico del Consumidor	40

CAPITULO III.

DIFERENTES FORMAS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

3.1.	Ley Federal de Protección al Consumidor	46
3.2.	Procuraduría Federal del Consumidor	49
3.2.1.	Integración de la PROFECO	51
3.2.2.	Servicios que ofrece la PROFECO	52
3.2.3.	Misión y visión de la PROFECO	53

3.3.	Sanciones administrativas emitidas por la PROFECO	54
3.3.1.	Incumplimiento del proveedor en los contratos	58
3.4.	Otras Formas de Protección al Consumidor	60
3.5.	Observaciones a la Tutela de los Intereses del Consumidor	61
3.6.	Ombudsman del Consumidor	62
3.7.	Asociaciones de Consumidores	66
3.8.	Acción Popular	71
3.9.	Acción de Clase	72
3.10.	Fiscalía Especial	73

CAPITULO IV.

EL DERECHO DE PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES EN MEXICO.	75
CONCLUSIONES.	80
ANEXO.	84
BIBLIOGRAFIA.	94

INTRODUCCION

Dentro del comercio como una actividad económica principal que se desarrolla en un país, encontramos que existen dentro de la clasificación de las personas, las denominadas o llamadas personas físicas o morales con las cuales identificaremos a los consumidores, quienes adquieren productos, bienes o servicios como destinatarios finales, y otras personas, también físicas o morales las cuales denominaremos proveedores, que son quienes van a vender, distribuir, ofrecer, prestar, arrendar, etc., los productos, bienes o servicios, al existir una gran cantidad de consumidores, así como de proveedores, deben como consecuencia existir dificultades entre ambas partes al desarrollarse una relación de consumo.

El Estado Mexicano, es el encargado de regular dicha relación tan común y compleja que se desarrolle de una forma equitativa para ambas partes, y en vista del desarrollo económico con las tendencias económicas de los regímenes de los últimos años en México que son mayor número de consumidores que no necesariamente satisfacen una necesidad, pero cuidando siempre más los intereses de la población consumidora. Para tal efecto y como una de sus facultades, el Estado, crea normas, leyes y organismos que protejan al consumidor del proveedor, que es la parte experta en dicha relación de consumo.

Además se han creado organismos tales como la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), que hace que se encarga de hacer cumplir lo que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Pero al hablar de consumidor, de su protección, del Derecho de Consumo, es necesario denotar que éstos son términos que han surgido como tal y han tomado fuerza a partir de unas cuantas décadas atrás. Pero ¿por qué proteger al consumidor?, ¿qué importancia tiene éste en la vida económica de un país?, ¿cómo protegerlo?, estas son algunas cuestiones que ocupan la elaboración del presente trabajo, con una visión e inquietud para la protección de la población consumidora de la cual formamos parte todos nosotros. Una autoridad que realmente defienda al pueblo, no que certifique solamente los abusos de proveedores; y la tendencia del actual gobierno, debe de ser directa y contundente para que garantice los derechos del consumidor más desprotegido que constituye la gran masa en nuestro país.

Además el proteger al consumidor, significa también el deseo de mantener el orden no sólo económico, sino político y social de un Estado y por que no también de un País. Analizando las diferentes formas de proteger al consumidor, su importancia, definiciones y conceptos, la Ley Federal de Protección al Consumidor, y la importante actuación de la PROFECO.

Dentro del primer capítulo haremos referencia sobre los posibles antecedentes de la protección al consumidor dentro del Derecho en nuestro país a través de su historia, iniciando con los aztecas y sus comerciantes, continuando con una breve reseña del comercio y de su regulación desde la época colonial hasta en nuestros días.

En el segundo capítulo analizaremos los diferentes conceptos de la relación que exista entre las partes, consumidor y proveedor, las dificultades que surgen con motivo de la adquisición de productos, bienes y servicios.

Ya en el tercer capítulo, estudiaremos las formas de protección al consumidor, tratando de explicar que la protección al consumidor en nuestro país podría ser más viable y tal vez más efectiva con una interacción adecuada de las diferentes leyes que lo protegen.

También dentro de este capítulo analizaremos el desempeño de la PROFECO como un organismo creado exclusivamente para la protección del consumidor, su atención, asesoramiento, con la información de precios, de su integración, de su revista dirigida a los consumidores, de los lugares donde acudir para informarse sobre como interponer una queja, su marco jurídico, la tecnología doméstica y los servicios que esta ofrece. Hacemos mención de la función de las sanciones como una forma de persuasión y castigo para todo aquel que actúe contra el Derecho de Consumo.

Hacemos también una exposición de Derecho Comparado, con los medios que existen para la protección de los consumidores en otros países, tales como el Ombudsman en Suecia, las asociaciones de consumidores y la acción popular, y hacemos también una pequeña mención sobre las fiscalías especiales.

Dentro del capítulo cuarto abordaremos algunos puntos de vista considerados necesarios para hacer más efectivo el Derecho de los Consumidores en México. Y el ordenar a cumplir una obligación, sea una solución práctica y sobre todo rápida para proteger el Derecho de la clase trabajadora de nuestro país que es en el ámbito del consumidor una garantía consagrada en nuestra Constitución, pero que en la realidad no es protegida y dado los cambios en nuestra patria es indispensable que esto cambie para que lleguemos a hablar de un verdadero Estado de Derecho, en algo tan común y cotidiano que se presenta a cada momento.

CAPITULO I.

ANTECEDENTES DE LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN MEXICO.

1.1. - EPOCA PREHISPANICA. 1.2. - EPOCA COLONIAL. 1.3. - SIGLO XIX. 1.4. - SIGLO XX.
1.5. -DERECHO DE LOS CONSUMIDORES EN MEXICO. 1.6. – CONSUMO Y DERECHO CIVIL.

Con el presente trabajo haremos un estudio sobre la difusión que ha tenido la figura del CONSUMIDOR, no desarrollada detalladamente en la actualidad tanto como Derecho de Protección, sino como un derecho que abarca diversos aspectos en virtud de recibir algo, sea un precio, una calidad y cantidad de un producto, bien o servicio, o solamente el equivalente a lo dado; así como los posibles antecedentes de la protección al consumidor y del derecho en nuestro país a través de su historia, iniciando con los aztecas y sus comerciantes y continuando con una breve reseña del comercio y su regulación hasta nuestros días.

1.1. EPOCA PREHISPANICA.

Durante el Derecho Azteca la condición de la persona no importaba para el ejercicio y el comercio, pues aún los esclavos podían tener bienes y disponer de ellos libremente sin el consentimiento del amo.

La actividad comercial, con los aztecas surgió, entre aquellos que satisfechas sus necesidades, llegaban a tener algún excedente, y con frecuencia lo trocaban por algún otro producto así, fue creciendo el comercio hasta llegar al surgimiento de los llamados comerciantes.

Entre los aztecas, los encargados de realizar el comercio eran llamados *pochtecas*, quienes se organizaban en agrupaciones para llevar a distintos lugares esclavos y productos de la actividad azteca, a cambio de piedras, metales, pieles, trabajos en pluma y productos agrícolas de otras regiones más fértiles.

Toribio Esquivel Obregón ¹ nos menciona con respecto a lo anterior, la inexistencia de una Ley que protegiera y obligara a recibir el pago como contraprestación, indicando que: "se tomaba como moneda, los objetos que por su estimación general eran usados para pagar; ya que no existía ley alguna que hiciera obligatorio recibir tales efectos en pago; no había la limitación de su producción y control por el Estado para establecer la relación de los precios, ni el destino exclusivo de tales artículos a la solución de obligaciones, puesto que eran consumidas como alimento o como parte del trato.

Otros autores consideran la utilización principalmente de granos de cacao como monedas en el intercambio comercial de los aztecas y de pequeñas mantas llamadas *cuachtli* las cuales se han considerado como el primer antecedente de los billetes o papel moneda en nuestro país.

¹ ESQUIVEL OBREGON, Toribio. "APUNTES PARA LA HISTORIA DEL DERECHO EN MEXICO", Tomo I, Libro II, Capítulo II, 2ª edición, Porrúa, México, 1984, p. 182.

Los comerciantes gozaban de grandes privilegios, podían poseer la tierra en forma individual y además estaban exentos de cualquier forma de tributo; y a cambio de esto eran consejeros del Estado y comerciaban a favor del mismo, además que servían para recaudar tributos; los pochtecas también formaban gremios con estrictas ordenanzas y tenían su tribunal en Tlatelolco con su jefe o *pochtecatlaloque*.

El intercambio comercial celebrábase en los mercados, ya que "el ejercicio del comercio fuera de él estaba prohibido por razones de orden religioso y social"² y este se realizaba de acuerdo con los precios fijados por los jefes de los comerciantes, y se garantizaba siempre la calidad de los productos que se vendían. De hecho, había sanciones muy severas para quienes vendieran algún producto en los caminos o alteraran la calidad o el precio de los mismos.

Había 2 tipos de mercados entre los aztecas: 1. - El tianguis que en algunos lugares se celebraba cada 5 días y en otros cada 20 días en sitios donde no existían mercados establecidos; y estos se establecían como centros de paso de comerciantes o centros de abastecimiento para lugares alejados y 2. - El mercado de Tenochtitlan.

También existió el tribunal de los comerciantes o *tianguiztlatzonteyuilitlayacpalli*, compuesto de 12 jueces *tianguiztlatzon tequilitlayacaque*, que residían en el mercado y decidían sumaria y rápidamente

² KATZ, Friedrich. "SITUACION SOCIAL Y ECONOMICA DE LOS AZTECAS DURANTE LOS SIGLOS XV Y XVI". Instituto de Investigaciones Históricas UNAM 1996, p. 60.

las diferencias que surgían en las transacciones mercantiles y los daños y perjuicios causados a los consumidores; sus resoluciones y sanciones aún imponiendo la pena de muerte, que se ejecutaba en el acto; a falta de una Ley que lo regulara, en caso de irregularidades mercantiles, en los tianguis por su temporalidad no existía la presencia de los 12 jueces por lo que en consecuencia no había protección para las personas que veían en perjuicio de sus intereses comerciales.

Existe una descripción de los comerciantes que nos permite comprender la calidad de estos personajes dentro del pueblo azteca. "El pochteca: traficante, vendedor que hace prestamos, realiza contratos, acumula riquezas y las multiplica. El buen comerciante: es buen viajero, caminante, obtiene ganancias, encuentra lo que busca, es honrado."

Debe también reconocerse la existencia de tres modalidades en el intercambio mercantil de productos; que se sustentaba en usos y costumbres propias de la época basada principalmente en el trueque como forma de pago o intercambio de productos, pero estas modalidades eran reglas no escritas que se utilizaban como medios de protección de los comerciantes y en cierta medida eran los medios o medidas de juzgar y solucionar los conflictos por los 12 jueces. A continuación mencionamos dichas modalidades:

- 1. - Los realizados directamente entre productores y consumidores.-** Al tianguis acudía la masa de la población local y regional que aportaba los productos que ella misma producía gran parte de las transacciones se reducían a un simple intercambio de

bienes entre los productores de los distintos bienes de uso general y de poco valor tales como: los productos de la agricultura, caza y pesca y de las principales artesanías. Estos cambios se hacían en forma de trueque o mediante el uso de mantas o cacao. Y eran cambios que tenían como objetivo la satisfacción de las necesidades, es decir, el consumo y no el lucro.

2. - **Los cambios en que intervenían los regatones de la comarca.**- Los cuales adquirían productos para la reventa, pero no está claro hasta qué punto eran algunos de los mismos artesanos que llevaban tanto sus productos, como los de sus compañeros de oficio, o si eran realmente mercaderes profesionales del grupo pochteca.

3. - **El tráfico distante a cargo de los pochtecas oztomeca.**- Los cuales realizaban el comercio en tianguis extranjeros e intercambiaban presentes entre soberanos.³

En lo referente al Derecho Mercantil, los grupos indígenas precortesianos dispusieron de un Derecho consuetudinario, traducido en costumbres, usos, prácticas y hábitos, que regulaban aspectos importantes de la vida política, económica y social, tal como se describe en los códigos, bajorrelieves, jeroglíficos, pinturas y en las narraciones posteriores de los cronistas de la conquista.⁴

³ CARRASCO Pedro. "HISTORIA ECONOMICA DE MEXICO", FCE, México, 1989, pp. 39 - 42

⁴ KOHLER J. Citado por Toribio Esquivel Obregón. "EL DERECHO DE LOS AZTECAS", 1924.

Como podemos percatarnos, en el México Prehispánico los comerciantes eran juzgados, cuando cometían un daño o perjuicio en contra de los consumidores, por jueces que eran también comerciantes, es decir, existía un auto control entre ellos mismos, pues sabían la importancia del trabajo que realizaban.

1.2. EPOCA COLONIAL.

Cuando nos referimos a la actividad comercial en relación con la protección del consumidor, durante la época colonial en la Nueva España, es necesario que mencionemos La Casa de Contratación de Sevilla, que desde el año 1503, controlaba el comercio entre España y las nuevas tierras descubiertas por Colón. No había actividad comercial que no pasará por esta Cámara privilegiada.

Una vez que los asuntos de Indias comenzaron a desarrollarse y tornándose complicados, se pensó en crear un órgano especial que tomara a su cargo los asuntos mercantiles, que aún eran predominantes. Para ello el 10 de Enero de 1503 los reyes dieron las primeras ordenanzas para La Casa de Contratación,⁵ mandando que esta se estableciera, no en Cádiz donde hasta

entonces se había administrado el tráfico en las Indias, sino en Sevilla, pues era la ciudad más importante y rica del reino castellano en aquella época, protegida por estar situada tierra adentro.

⁵ FABIE, Antonio María, citado por Toribio Esquivel Obregón. "ENSAYO HISTORICO DE LA LEGISLACION ESPAÑOLA EN SUS ESTADOS DE ULTRAMAR", 1896.

La Casa de Contratación de Sevilla ejercía 3 clases de funciones: mercantiles, judiciales y científicas.

La totalidad del libro IX dividido en 46 títulos, de la Recopilación de los reinos de las Indias, reglamenta minuciosamente el comercio con aquellas, las cuales no podían comerciar entre sí, sino única y exclusivamente con la metrópoli. El tráfico mercantil se caracterizó a partir de 1524, por el más riguroso intervencionismo del Estado; aún existe la mencionada institución con el nombre de Real Archivo de Indias que cuenta con los registros pertenecientes a los viajes efectuados entre España y las Indias de los años 1492 a 1898.

La Casa de Contratación se convirtió entonces en instrumento de monopolización, centralización y fiscalización del comercio indiano. En cuanto a la compraventa, podían celebrar este contrato todos los que conforme a las leyes podían contratar. En la Nueva España, había disposiciones especiales, dimanadas de autos acordados de la Real Audiencia, que limitaban las facultades de celebrar el contrato de compraventa.

Podían ser materia de compraventa, todos los bienes que estaban en el comercio, aún cuando no existieran de presente, pero que fundadamente se esperara su existencia, como las cosechas, las crías de los animales, el producto de la pesca o de la caza aún no realizadas; pero si la tierra no diese fruto alguno, el comprador no estaba obligado a pagar el precio.⁶

⁶ PARTIDAS. Citado por Toribio Esquivel Obregón. "APUNTES PARA LA HISTORIA DEL DERECHO EN MEXICO", 2ª edición, Porrúa, México, 1984, P. 769.

El efecto de la venta con relación al vendedor consistía en que estaba obligado a entregar al comprador la cosa vendida, y sino fuese posible, a entregar otra igual o devolver el precio ⁷, y no sólo debía entregar la cosa vendida, sino todos sus accesorios y acciones.

Todo vendedor estaba obligado, en caso de que alguien moviese pleito al comprador sobre el dominio de la cosa vendida, a salir al juicio y defenderlo hasta resolver el problema o conflicto, o si no quería o no tenía éxito en su defensa, a devolver el precio pagado con todos los perjuicios que le hubieren sobrevenido.

El vendedor estaba obligado a poner en conocimiento del comprador, antes de que la venta se consumara, los defectos, enfermedades o tachas que tuviera la cosa vendida, que fueran de tal calidad que influyeran en el valor y estimación de la misma; sino lo hiciera el comprador tenía derecho a devolverle, hasta 6 meses después de que se complementó la venta y a recobrar el precio que hubiera dado, y hasta un año después tenía derecho a pedir que le devolviera la parte del precio que se estimare había pagado de más por vicio oculto de la cosa. Se llamaba estelionato, al fraude consistente en ocultar el vendedor los vicios de la cosa vendida.

Los pactos que generalmente se agregaban al contrato de compraventa eran, los que a continuación se mencionan:

⁷ Cfr. "PARTIDAS". Citado por Toribio Esquivel Obregón Ob Ch.

- **De la Ley Comisoria.**- consistía en la estipulación expresa de que si el comprador no pagase el precio el día señalado a ese efecto, la venta se rescindiría ganando el vendedor la señal o parte del precio que había recibido. Sin embargo de ese pacto el vendedor tenía la elección, en caso de incumplimiento del comprador, de exigirle el pago del precio en lugar de la rescisión, pero una vez hecha la elección ya no podía cambiar. Si elegía la rescisión el comprador, debía devolver la cosa con sus frutos, a no ser que el vendedor prefiera hacer suya la señal o arras del contrato; eligiendo el pago o entrega de los frutos, el vendedor estaba obligado a pagar los gastos que el comprador hubiera hecho en la recolección. Si la cosa se hubiere deteriorado en manos del comprador y por su culpa, estaba obligado a indemnizar por ello al vendedor.⁸
- **De la adición al día.**- daba al vendedor el derecho de vender de nuevo la cosa si dentro de un plazo señalado encontraba a alguien quien le diera más por ella.
- **De retroventa.**- consistía en la estipulación de que el vendedor o sus herederos podían deshacer la venta pagando al comprador el precio que hubiere dado. Si el comprador no quisiera devolver la cosa y se hubiera estipulado una pena para ese caso, el vendedor o sus herederos podían optar por recibir el monto de la pena o la devolución de la cosa.

⁸Cfr. "PARTIDAS". Citado por Toribio Esquivel Obregón Ob. Cit.

- **La cláusula guarentigia.-** era la que ponía en las escrituras confiriendo a los jueces que pudieran conocer del negocio, la facultad de apremiar a las partes al cumplimiento del contrato, como por sentencia definitiva de juez competente, basada en autoridad de cosa juzgada y consentida. Esta cláusula hacía firme e irrevocable el contrato que pasaba entre personas que tenían la libre disposición de sus bienes.

Todo lo antes descrito serían solamente palabras, pero en el presente trabajo es necesario observar que indirectamente se protegía al vendedor como era tratado o consumidor. En la actualidad, protegiéndolos contra irregularidades de los productos, bienes o servicios adquiridos y que lo anterior fue base en su tiempo como medio de defensa a la que cualquier persona podía sujetarse.

1.3. SIGLO XIX.

Diversas leyes españolas estuvieron vigentes, en materias muy importantes como la minería, agua, baldíos y otras, durante una parte del siglo XIX.

Sin duda en este siglo, fue muy importante en la historia jurídica de nuestro país pues fue cuando nuestros legisladores comenzaron a desarrollar diversas leyes que después sustentarían nuestra legislación actual, como los códigos de comercio, de los cuales el primero fue promulgado en 1854 y que es conocido como el Código Lares, pues precisamente fue desarrollado por

Teodosio Lares, quien adaptó el Código de Comercio español de 1829, el cual a su vez había sido realizado en buena medida sobre el modelo del Código Francés de 1808.

Es importante señalar que en esa época hubo diversos inconvenientes para el comercio, no existía una red de comunicaciones como actualmente existen y que facilitan el intercambio comercial entre distintas regiones, sino al contrario, existían pocos caminos que conectaban a todo el territorio, además de que el tráfico comercial se apoyaba en la fuerza animal. Las pocas carreteras existentes permitían apenas la distribución de mercancías en las ciudades más importantes del país, las cuales se encontraban prácticamente aisladas dentro de regiones inmensas en que la vida comercial se reducía a las operaciones locales y tradicionales.

El problema de las comunicaciones se agravó a un más debido a la mala situación material en que se encontraban los caminos existentes, así como a la falta de seguridad para el transporte de las mercancías, recordemos que en esa época el comercio debía enfrentarse a los peligros que representaban las numerosas bandas de asaltantes, las cuales paralizaban algunas veces todo el mecanismo de las transacciones.

Sin embargo, esta parálisis no tenía solamente consecuencias inmediatas: al hacer subir los precios, restringía el número de compradores, la inestabilidad y los precios no podía sino agravar el muy débil consumo nacional.

Dicho comercio debió limitarse a las clases ricas y en alguna proporción a las clases medias, sector que se encontraba poco desarrollado en esa época.

Cuando se desarrollo el periodo del archiduque Fernando Maximiliano De Hasburgo, cabeza del segundo Imperio; surge en la historia de México, más sin embargo bastaron tan solo tres años al emperador, para saturar al Diario del Imperio con leyes, decretos, y otras normas legislativas que abarcaron las materias más diversas.

Aproximadamente en el año 1869, existió un proyecto de Código de Comercio que no consiguió ser aprobado por ser especulativo y abstracto⁹, más

sin embargo un año más tarde hubo otro proyecto de Código de Comercio que fue aprobado pero nunca fue expedido.

El comercio dentro de la vida cotidiana no asumía sino dos formas principales: 1) el comercio de tiendas y pequeños establecimientos, y 2) el comercio de mercado exterior en las calles o en las plazas de las ciudades de todo el país; esta última forma era la tradicional herencia de la época prehispánica.

⁹ GONZALEZ, María. "ANUARIO MEXICANO DE HISTORIA DEL DERECHO". Tomo II, 3ª edición, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, 1990, P. 140.

Una vez que se adoptó como forma de gobierno la República Federal que garantizaba las libertades del hombre tales como: la imprenta, el comercio, y en general todas las garantías que se otorgaban al individuo en otras latitudes del mundo; así el porfirismo logró un desarrollo económico del que sólo las clases altas pudieron disfrutar.

Tal desarrollo del comercio interno estuvo limitado por los contrastes existentes en la sociedad. La desarticulación de la comunidad indígena y el crecimiento de la hacienda favorecía la existencia de una masa campesina muy limitada en su capacidad de consumo. Las clases altas no impulsaron el desarrollo de la producción para el consumo interno.

Por decreto del 15 de diciembre de 1883 la materia mercantil convirtiéndose en materia federal, y se expidió un nuevo Código de Comercio, el 20 de abril de 1884, que fue derogado por el Código de Comercio que actualmente nos rige y data de 1887.

Las diversas formas constitucionales que comprendieron importantes materias económicas como la supresión de alcabalas y aduanas interiores, minería, etc.; dio paso, dentro del gobierno y con el General Porfirio Díaz a una abundante legislación de Derecho Privado y Derecho Administrativo, comprendiendo el Código Civil para el Distrito Federal y Territorios Federales, Código Penal, Procesal e inclusive, el Código de Comercio que actualmente nos rige y es de fecha 4 de Junio de 1887.

En este periodo, se trataba de impulsar a la industria, pero debido a la inestabilidad política y a la reciente historia de México como una nación independiente, los capitales extranjeros no eran suficientes para apoyar a una economía que tanto lo necesitaba; por lo tanto en nuestro país las actividades básicas eran la agricultura y la ganadería y los productos que se comercializaban eran caros y escasos.

Con el General Porfirio Díaz en el gobierno, se apoya mucho a la industria y se logra comunicar a una mayor parte del país con el ferrocarril; los consumidores que en su mayoría eran de clase alta, podían pagar los precios exorbitantes de los productos existentes, no así la clase baja que resentía cada vez más y más el alza de los precios y la falta de productos.

Hacemos notar que en este periodo no existió protección al consumidor ya que la mayoría de la población no tenía acceso a satisfactores de necesidades por el enorme rezago social que existía.

1.4. SIGLO XX.

En materia de comercio, el Código respectivo aplicable es el de 1889, y aunque con algunas reformas, es considerado un Código viejo que necesita ser revisado para ver si se ajusta a la vida comercial actual, pues cuenta con un espíritu decimonómico que llevamos en este país.

Con el surgimiento de una pujante industria, el mercado es invadido por diversos productos y servicios que incitan a la gente a adquirirlos, pero muchos de estos productos son un verdadero fraude y traen consigo el descontento de la gente que poco a poco va exigiendo sus derechos; así en Estados Unidos, el 15 de marzo de 1962, el Presidente de aquel país Jonh F. Kennedy envía al Congreso un mensaje respecto de los derechos del consumidor en el cual resaltaban cuatro aspectos:

1. Derecho a la protección o seguridad contra los productos peligrosos;
2. Derecho a la información, para elaborar una buena compra;
3. Derecho a la opción, es decir, evitar monopolios y;
4. Derecho de ser escuchado, lo que significaba que los intereses de los consumidores serían objeto de una reglamentación.

Lo antes mencionado refleja una política protectora por parte del gobierno de los Estados Unidos de América donde éste plasmo una visión a futuro, a consecuencia de las tendencias comerciales internacionales y a la gran diversidad de productos de manufactura nacional, que daba origen a que los gobernados vieran violentados sus derechos, en situaciones tan comunes como la compra de productos para satisfacer sus necesidades o la contratación o prestación de un servicio de cualquier especie; por lo que el Gobierno Americano se vio en la necesidad de pronunciarse a este respecto.

Por esto, es necesario referirnos a que en México, por primera vez fue creada la Ley Federal de Protección al Consumidor de fecha 22 de diciembre de 1975.

El Presidente en turno era Luis Echeverría quien manejo, entre otros, los siguientes puntos en su exposición de motivos de dicha Ley.¹⁰

“Es indiscutible que el consumidor se encuentre desprotegido ante prácticas que le impone la relación comercial y que implican tanto la renuncia de derechos como la aceptación de condiciones inequitativas”.

“El Ejecutivo de la unión considera necesario destacar que el carácter innovador y aún revolucionario de esta iniciativa reside en su propósito de trasladar al ámbito del derecho social a la regularización de algunos aspectos de la vida económica, en particular de los actos de comercio, que tradicionalmente han sido regidos por disposiciones de Derecho Privado”.

“Este proyecto se inspira en la filosofía de nuestra Carta fundamental, que incorpora, por primera vez en el constitucionalismo moderno, los derechos tutelares de los grupos sociales mayoritarios de los artículos 27 y 123 de la Constitución, derivan las leyes reglamentarias que protegen a los sectores más débiles de la población o que imprimen a la propiedad privada las modalidades que dicta el interés público”.

¹⁰ “EXPOSICION DE MOTIVOS DE LA INICIATIVA PARA CREAR LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR 20-IX-1975.”

“Este proyecto propone regular aquellos aspectos que de manera más importante y con mayor frecuencia afectan los intereses del consumidor.”

“Se propone la creación de la Procuraduría Federal para la Defensa del Consumidor como organismo autónomo. Sus atribuciones principales serán las de representar los intereses de la sociedad en tanto que población consumidora; representar colectivamente a los consumidores ante toda clase de proveedores de bienes y servicios; actuar como conciliador y arbitro en las diferencias entre consumidor y proveedor; y, en general, velar por el eficaz cumplimiento de normas tutelares de los consumidores.”

Con el surgimiento de esta ley es creada la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), institución que se encarga hasta la fecha de procurar el cumplimiento de esta Ley.

Dicha Ley fue abrogada por diversos motivos, tales como la racionalización de sus funciones en un solo organismo, fusionando al ya extinto Instituto Nacional del Consumidor (INCO) en PROFECO permitiendo con esto la atención integral de funciones como: orientación y asesoría; recepción, trámite y conciliación de quejas y denuncias; emisión de resoluciones administrativas; registro de contratos de adhesión; protección técnico-jurídica a los consumidores; verificación y vigilancia de Normas Oficiales Mexicanas, pesas y medidas, instructivos y garantías, así como precios autorizados, establecidos y/o concertados con la SECOFI; acciones de grupo; facultades para ordenar la realización de publicidad correctiva; información y orientación a los consumidores a través de los diversos medios de comunicación, como

impresos, radio y televisión; contribuir a elevar la cultura de consumo de la población y mejorar sus hábitos de adquisición.

En muchas partes del mundo se habían venido gestando asociaciones de consumidores, en Estados Unidos a finales del siglo XIX ya se daba una muestra de esto, y en Europa a mediados del siglo XX se habían creado organismos públicos como el Ombudsman en Suecia que seguía muy de cerca la actividad comercial verificando que se cumpliera con ella y protegiendo directamente al consumidor.

1.5. DERECHO DE LOS CONSUMIDORES.

En razón de todos los factores económicos que un gobierno, como el de México, está obligado a adoptar una política económica y una legislación calificada de protectora de las capas sociales populares, permitiendo desarrollar su acceso al consumo y paralelamente de salvaguardar un mínimo de independencia económica al país. Ahora bien, este fenómeno no es privativo de México: se constata que al final de los años sesenta las grandes sociedades ven disminuir su libertad económica y técnica y se ven constreñidas a conceder nuevos derechos y libertades a los trabajadores.

Sin embargo no se debe, olvidar que esta legislación está insertada totalmente en un modelo capitalista de desarrollo y que se protege de hecho a los consumidores para preservar el sistema, al menos en parte. Además, la exposición de motivos de la Ley Federal de Protección al Consumidor subraya que “es fundamental corregir los defectos del aparato de distribución y favorecer la actividad productiva del desarrollo del mercado interno...”, lo que por otro lado está en concordancia con la nueva estructura económica internacional, la cual puede llevar a una nueva fase de acumulación acompañándose de un crecimiento cuantitativo global de larga duración: no se puede excluir, en efecto, que el motor ligado a la industrialización capitalista de una parte del Tercer Mundo actual acciona una dinámica de consumo final, que toma el relevo de la que ha sido rota, a saber, la progresión inicial del poder de compra de las masas en los países ricos.

Enfocada bajo esta perspectiva económica, el derecho del consumo y, en especial, la “Ley Federal de Protección de los Consumidores”, tiene varias funciones que a continuación mencionaremos:

1. En principio, la defensa del consumidor: como se sostiene en la actualidad, los intereses se vuelven más nítidos, cada clase social quiere entonces utilizar los medios a su alcance.
2. Igualmente, es un derecho que es parte de la estrategia concentracionista de los poderes públicos. Puede ser un medio para eliminar empresas marginales que no pueden respetar las medidas exigidas por este derecho.
3. Estas dos funciones: la defensa del consumidor y el estímulo a la concentración son complementarias con la protección de la competencia. La cuestión es saber cuál es el papel dominante de este derecho, tarea que no

es nada fácil dadas las circunstancias tan particulares de cómo nació en México el derecho del consumo.

Luego, es pertinente preguntarse si el derecho de los consumidores no es un derecho al servicio exclusivo de aquellos que organizan y dirigen la economía. A primera vista, el estímulo de la concentración y protección de los consumidores no se identifican a la protección de la concurrencia. Parece que hubiera una contradicción en el proceso de intervención legislativo del Estado. En realidad se trata de una función reguladora de la economía que exige un control de los poderes privados económicos. Siendo el derecho del consumo una de las etapas de ese proceso de intervención del Estado, puede, así, ser uno de los medios para ese control.

4. Finalmente, el actual derecho del consumo ha sido creado con el objeto de controlar los conflictos nacidos de las relaciones de consumo. Por otro lado, esto no es sorprendente puesto que uno de los roles del Estado es precisamente el de "prever o reducir las tensiones sociales.

5. Es verdad que en un primer tiempo "la evolución capitalista hace retroceder a un plano secundario todas las instituciones en provecho del más fuerte, pero cuando una conciencia social se ha formado en el obrero, éste comienza a cuestionar su estatus de "explotado". Esta oposición se manifiesta actualmente en otras ramas, además del derecho del trabajo. El campo del consumo es un ejemplo. No obstante, cuando este derecho es creado en una sociedad donde los consumidores no tienen fuerza, los objetivos a que se apunta son los de favorecer la concentración y controlar los conflictos sociales que puedan surgir.

Así a los ojos de la Opinión Pública, el Estado parece estar al servicio primordial de las grandes capas de la población. Este derecho puede, entonces, servir como una "válvula de seguridad", función que, en un país como México, puede ser de una importancia capital para evitar los posibles brotes de violencia debidos al aumento del costo de la vida.

Esta visión nos permite una mejor comprensión de este derecho reflejando sus contradicciones y las del sistema de libre mercado.

1.6. CONSUMO Y DERECHO CIVIL.

Es necesario recordar que el Derecho Civil Mexicano retoma los datos elementales del Código de Napoleón. El Derecho Civil abarca las instituciones jurídicas fundamentales de la vida económica liberal. El contrato es el principal mecanismo de los intercambios; es la razón por la cual este derecho protege al consumidor, en tanto que es parte contractual, por medio de los mecanismos jurídicos como el de la protección del consentimiento.

La vida contractual comienza por la oferta; por eso nosotros comenzaremos por su estudio. Para dar a conocer los términos de un contrato "la oferta" se tiene definida como: "el acto por el cual una persona propone a otra la conclusión de un contrato..." Normalmente esta se dirige a una persona determinada y conocida, el comprador, pero también puede ser dirigida a cualquier destinatario que la quiera aceptar

El Código Civil rige este acto que es la oferta o la policitud bajo la rúbrica de "la oferta unilateral de voluntad", y señala en su artículo 1860: el hecho de ofrecer al público a un precio determinado compromete al solicitante, quien no puede retractarse.

Dentro de la sociedad contemporánea la desigualdad entre los productores y los distribuidores, por una parte, y los consumidores por la otra, es evidente. Las ofertas provienen de los productores puesto que ellos son los organizadores de la economía y los detentadores de los bienes de la producción. Esto confiere los rasgos característicos al mundo económico y jurídico de nuestros días. Son los productores quienes multiplican las ofertas.

CAPITULO II.

LA RELACION JURIDICA DE CONSUMO.

2.1. RELACION JURIDICA DE CONSUMO. 2.1.1 CONSUMIDOR. 2.1.2 PROVEEDOR. 2.1.3 ESTADO. 2.1.3.1 FIGURA DEL CONSUMIDOR 2.1.3.2 RELACION ENTRE CONSUMIDOR Y PROVEEDOR. 2.2 DERECHO DE CONSUMO. 2.3 INTERÉS JURIDICO DEL CONSUMIDOR.

2.1. RELACION JURIDICA DE CONSUMO.

Podemos definirla como el vínculo legal que existe entre Proveedor y Consumidor, en el que se establecen derechos y obligaciones entre las partes, así como las sanciones que se aplicarán en caso de incumplimiento estableciéndose un órgano.

Dentro de la relación jurídica de consumo intervienen básicamente dos sujetos, más sin embargo, puede ser considerado uno más, ya que de una manera directa o indirecta actúa en esta relación. Así, tenemos:

1. - Al consumidor, quien es el destinatario y adquirente final de los productos, bienes o servicios que ofrece el comerciante.

2. - El comerciante quien se identificara como proveedor o distribuidor de bienes, productos o servicios que adquiera el consumidor.

3. -El Estado, que como sociedad humana establecida en un territorio correspondiente, estructurada y regida por un orden jurídico, creado y aplicado por un poder soberano para obtener el bien público temporal formando una institución con personalidad moral y jurídica y el fin que persigue es el bien público que tiene la característica de beneficiar a sus componentes, entre ellas también la de regular las actividades comerciales.

2.1.1. CONSUMIDOR.

El hombre a sido siempre un consumidor por necesidad, pues siempre ha cambiado sus excedentes por los productos que satisfagan sus necesidades primarias. Hoy en día, no sólo es la necesidad la que hace al hombre un consumidor, sino también una apertura de mercado, uno la globalización que permiten adquirir una diversidad de productos y servicios inimaginables; pero también cabe mencionar que el hombre ha llegado al grado de consumir por consumir, ya que puede adquirir productos que sólo provocan una ostentación, en lugar de la satisfacción de alguna necesidad.

Consideramos importante ampliar más la idea de consumidor, pues en México se encuentra sumamente influenciado por razones sociales y económicas propias de la cultura del consumismo americano, que en múltiples ocasiones se ve plasmada su influencia en las técnicas de mercado que emplean desde pequeñas empresas hasta grandes consorcios nacionales que promocionan sus productos, y que la falta de éstos impongan un estatus social

hacia la persona sin ser parte de una necesidad básica del individuo como parte de la colectividad y de su desarrollo personal.

Consumir, de acuerdo al Diccionario de Sinónimos, significa acabar, agotar, disipar, gastar, extinguir.¹¹ Dentro de nuestra Ley Federal de Protección al Consumidor, se omiten a consumidores intermedios, para amparar únicamente al consumidor final, es decir, la persona que utiliza o disfruta esos productos, bienes o servicios.

El consumidor dentro de la relación jurídica de consumo, debe enfrentarse ante el industrial, empresario o comerciante que posee la ventaja de su pericia y experiencia y no tiene más recursos que apegarse a las exigencias o planteamientos de la contraparte, si es que desea obtener el bien o servicio deseado, es por tal, que se le considera la parte débil de esta relación; pero, además, significa mucho en la vida económica, y tal vez también en la vida social y política de un país, es por eso, que el consumidor, esta protegido también por la Ley de Competencia Económica (LFCE) que es reglamentaria del artículo 28 Constitucional en materia de competencia económica la cual habla sobre la prohibición de monopolios y "la actuación de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor en cuanto a la inspección, vigilancia y sanción, respecto de los precios máximos que se determinen".¹²

¹¹ CANAL, Julio De La. "DICCIONARIO DE SINONIMOS E IDEAS AFINES". Ed. CECSA, México, 1982.

¹² "LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONOMICA", Artículo 7, fracción II, tercer párrafo. Porrúa, 68ª edición, México, 2000. pp. 667 y 668.

Dentro de la LFCE, se menciona que cualquier persona (consumidor), puede denunciar ante la Comisión Federal de Competencia al presunto responsable, indicando en que consiste dicha práctica monopólica o concentración, para después demandar por vía judicial, el pago por daños y perjuicios sufridos, tomando la autoridad judicial en consideración, la estimación, que haya realizado la Comisión de dichos daños y perjuicios.

Cuando vemos que algo esta regulado por diversas ramas del Derecho, como en este caso el Derecho de Consumo, podemos pensar que las diferentes legislaciones son complementarias entre sí en esa materia, pero además podríamos pensar que lo regulado significa seguridad jurídica plena; y es que el consumidor representa un termómetro a la vida económica de un país, pues si existe un gran consumo y demanda de productos y servicios en general, quiere decir que la distribución de la riqueza y la economía del país tiene éxito, y lo conseguirá siendo si sigue de esa forma; pero si por el contrario, existe muy poco consumo, y además este es atacado por los proveedores, entonces este consumo bajará y se debilitará la economía de ese Estado.

2.1.2. PROVEEDOR.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor del 22 de diciembre de 1975, no se hablaba de proveedores sino de *comerciantes* y los definía como *aquellos que hacen del comercio su ocupación habitual o realicen aunque fuere accidentalmente un acto de comercio y su objeto sea la compraventa o arrendamiento de bienes muebles o la presentación de servicios*; más sin

embargo esta definición como lo dice José Ovalle Favela,¹³ "fue criticada por la doctrina, y permitió a la Procuraduría conocer y resolver quejas relacionadas con actos de comercio, compraventas, arrendamiento de bienes muebles o prestación de servicios de personas que, no obstante no ser comerciantes en el sentido tradicional de la palabra, llevaban a cabo, así fuera accidentalmente, tales actos de comercio. La referencia a los actos accidentales de comercio fue suprimida por la reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación del 7 de febrero de 1985".

En el artículo 2, fracción II de la Ley Federal de Protección al Consumidor del 22 de diciembre de 1992, define al *proveedor* como "*la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios*".

Los proveedores, de acuerdo al artículo 6, están obligados al cumplimiento de esta Ley (LFPC).

El objetivo básico de esta Ley es proteger al consumidor de los proveedores, ya que están en una mejor posición en la relación jurídica de consumo, pues ellos simplemente son quienes tienen los productos y servicios y son quienes los ofrecen al público en la medida, calidad y precio que así lo desean; pueden ofrecer los productos de mala y buena calidad al mismo precio, pero ahí es donde el criterio, y la información del consumidor decidirá el producto de su conveniencia, y de igual forma pueden valerse de mil y una

¹³ OVALLE FAVELA, José; "COMENTARIOS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR", Mc Graw Hill, 2ª edición, México, 1995. pp. 12 y 13.

formas para vender lo que ofrecen, no importando la publicidad engañosa, falta de cantidad en los productos, falta de garantía, etc.; es por eso y por más que se ha regulado en esta materia, a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor, pero existen otras disposiciones que protegen el Derecho de Consumo de una manera más enérgica, tal como lo es nuestro Código Penal para el D. F.

Dentro de los proveedores, podemos encontrar fabricantes, distribuidores, vendedores, etc., pero muchos de los problemas que surgen en la relación jurídica de consumo, provienen de una serie de personas que compran productos a bajo costo y los venden a un precio más elevado (revendedores), o simplemente existen cadenas de intermediarios, que cuando el consumidor adquiere el producto, éste llega con una serie de vicios que se fueron generando durante todo este proceso: así, podemos encontrar mercancía maltratada, productos con menor cantidad de la debida, o simplemente a un precio muy elevado que debe pagar el consumidor si es que desea adquirirlo; y cuando existen problemas con el producto, cada miembro de esta cadena de intermediarios se eximen ellos mismos de cualquier responsabilidad y dejan al consumidor sin tener a quien reclamarle por cualquier defecto que haya acompañado al producto.

2.1.3. ESTADO.

El Estado a través de la historia, no ha tenido siempre las mismas características, éstas han venido evolucionando hasta la conformación actual del mismo.

Para Rousseau, " el Estado se conformaba a través del pacto social" el cual era la unión, la asociación de los hombres junto con sus bienes para su conservación.¹⁴

Para Aurora Arnaiz el Estado es: " la agrupación política, específica y territorial de un pueblo, con supremo poder jurídico para establecer el bien común."¹⁵

Tomando en cuenta las definiciones antes mencionadas, encontramos que el artículo 39 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece textualmente: *"la soberanía nacional reside esencial y originariamente en el pueblo. Todo poder público dimana del pueblo y se instituye para beneficio de éste. El pueblo, tiene en todo tiempo, el inalienable derecho de alterar o modificar la forma de su gobierno"*.

¹⁴ ROUSSEAU, Jean Jaques." EL CONTRATO SOCIAL", Editorial Sarpe, Madrid, 1983.

¹⁵ ARNAIZ AMIGO, Aurora. "ESTRUCTURA DEL ESTADO", Ed. Miguel Angel Porrúa, México, 1993, P 92.

Y el artículo 25 de la Constitución en su primero y segundo párrafos establecen que: *“Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral, y sustentable que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución”.*

*“El Estado planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional, y llevará a cabo la regularización y fomento de actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga esta Constitución”.*¹⁶

Tradicionalmente, nuestro país ha sufrido de problemas económicos y son las clases más desfavorecidas quienes más lo padecen, de ahí es que la Constitución proteja éste tipo de Derechos, y es que de acuerdo a Lares Romero “...un Gobierno como el de México, esta obligado a adoptar una política económica y una legislación calificada de protectora de las capas sociales populares, permitiendo desarrollar su acceso al consumo y paralelamente de salvaguardar un mínimo de independencia económica al país.”¹⁷

¹⁶ “CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS”, 131ª edición, Porrúa, México, 2000 p 22.

¹⁷ LARES ROMERO, Víctor Hugo. “EL DERECHO DE PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES EN MEXICO”. UAM. México. 1991. P. 30.

Por tanto, el Estado mexicano tiene facultades y obligaciones para intervenir en el desarrollo de la actividad económica nacional y para esto, debe en principio, crear las normas necesarias para estructurarse así mismo y regular las relaciones entre Estado y ciudadanos y las relaciones de los ciudadanos entre sí; y es por eso que el Estado juega un papel importante en la relación jurídica de consumo pues es él quien determinará, es decir, creará las leyes que la van a regular, pues además una de sus funciones, es crear un marco jurídico global que le permita actuar, tiene una injerencia indirecta en la relación jurídica de consumo.

También, el Estado puede ser miembro de esta relación de una manera directa, al ofrecer y vender productos servicios, a través de empresas que le pertenezcan.

Por otro lado, la protección a los consumidores está contemplada en nuestra Constitución, la cual en su *artículo 28 párrafo tercero* nos habla acerca de que: *"la ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses"*. También nos habla este artículo acerca de la prevención de la autoridad para evitar el acercamiento de mercancías con el objeto de evitar una alza en los precios.

Otro punto importante es que se fijarán precios en aquellos productos que se consideren necesarios para la economía nacional y el consumo popular.

Conforme avanza el tiempo, cambian las características de los Estados y a su vez el Derecho, la sociedad y la economía; desde el sexenio anterior nuestro país ha seguido la corriente neoliberal la cual se caracteriza por una apertura económica, significando en la liberación de fronteras al libre tráfico de mercancías sin barreras arancelarias, suprimiendo la economía dirigida y que antaño teníamos, más sin embargo se habla de la implantación de una reglamentación adecuada en el orden social, económico y jurídico, asumiendo el Estado un papel mediador, pero si bien es cierto que el Estado mexicano debe dejar de asumir una función totalmente protectora, también es cierto que debe darle los medios a los consumidores para que estos ejerciten sus derechos. Esta tendencia de incrementar la protección a los consumidores obedece a que los países desarrollados al contar con mayor número de productos originarios de diferentes países y servicios para satisfacer necesidades básicas primordialmente se ven en la necesidad de crear leyes, reglamentos y tratados que garanticen una mejor calidad de los productos y aún precio adecuado y no perjudique al poder de compra de los ciudadanos.

Podemos decir que el Estado, tiene muchas obligaciones en cuanto nos referimos a la protección al consumidor pues podemos mencionar que debe crear organismos que se encarguen de la fijación de precios, de verificación y cumplimiento de lo estipulado en la ley, de la atención al consumidor inconforme, de aplicación de sanciones a quienes no acatan las disposiciones, etc. En nuestro país, algunas de estas funciones se llevan a cabo por la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial que es la encargada de determinar que productos son de mayor consumo nacional y se considera que forman parte de la canasta básica y por tanto tales productos, tendrán una regularización en su precio.

La Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) que es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los intereses del público consumidor; y se encuentra coordinada por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) trabajando ambas de manera conjunta con el afán de regular con equidad y justicia las relaciones entre los consumidores y los proveedores de bienes y servicios.

2.1.3.1. FIGURA DEL CONSUMIDOR.

Consideramos que es necesario subrayar la calidad del consumidor, lo que nos clarifica el concepto, distinguiendo cuando un sujeto adquiere la calidad de consumidor y por tanto, los privilegios que otorga la LFPC al respecto.

Cuando comenzó a surgir el consumismo en Europa y en los Estados Unidos, se habló entonces de un nuevo Derecho social en defensa de los más castigados por el capitalismo, pero aún no se asentaban claramente las bases ni tampoco existía una política internacional a la cual seguir; en esta materia se pensaba en el consumidor como un término extraño que comenzaba a tomar fuerza a mediados del siglo XX, pero fue hasta que el Presidente Kennedy mencionó en una conferencia a los medios de comunicación que todos éramos consumidores, cuando comenzó a dársele importancia, adquiriendo poco a poco la que actualmente tiene.

El *consumidor*, de acuerdo al artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se define como: *"la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final de 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".*¹⁸

Cuando hablamos de que alguna persona adquiere la calidad de consumidor, queremos decir que este sujeto, cae, en el supuesto jurídico que indica el artículo 2 de la LFPC.

Para adquirir la calidad de consumidor, no se requieren grandes formalismos, únicamente se necesita, acudir a un lugar establecido y adquirir algún bien, producto o servicio y con tan sólo eso adquirimos por ley, los beneficios que esta nos brinda; por tanto, todos y cada uno de nosotros somos consumidores, nos percatemos o no de ello, y es un deber él darnos cuenta que adquirimos también derechos que podemos hacer efectivos cuando así lo necesitemos.

Debe entonces tomarse conciencia de cuando se adquiere esta calidad de consumidor y cuando no, quizás sea un problema de educación o información, pero es que no podemos exigir derechos cuando nosotros no hemos hecho nada para merecerlos y podemos ejemplificar lo anterior de la siguiente manera:

¹⁸ "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR". Artículo 2, Porrúa, 24ª edición, México, 1999. pp. 10 y 11

cuando se adquiere algún producto a un comerciante no establecido formalmente (ambulante), no podemos acudir ante la Procuraduría Federal del Consumidor y exigir que ésta actúe para que nos cambien el producto o nos devuelvan el dinero, simplemente por que no se tiene la certeza de si ese vendedor estará en el mismo lugar el día de mañana, por que ese comerciante informal no extiende una nota, recibo o factura que compruebe que adquirimos con él algún producto, por que ese comerciante no está establecido conforme a la ley y al final esa relación que jurídicamente es de consumo, se transforma en una relación de confianza, de buena fe, donde el comprador tiene la esperanza de que el vendedor responda por cualquier vicio que pueda tener el producto y aún más, pues ese problema que es jurídico, se puede transformar en un problema personal, si es que el vendedor no quiere hacerse responsable.

Esto ha llevado a considerar que es necesario proteger al hombre del hombre mismo, al hombre consumidor del hombre proveedor y, por que no decirlo, al hombre de su misma condición de consumidor.

Sobre el problema de la calidad de consumidor, consideramos que una persona es consumidora cuando adquiere productos y servicios como destinatario final, independientemente de donde los adquiera o los compre, esto se sustenta con el "comercio informal" que encontramos casi en cualquier calle de la ciudad. Al respecto, Gemma Alejandra Botana dice: "Los contratos fuera de los establecimientos mercantiles no constituyen en sí una operación nociva. Su carácter agresivo proviene de la vulnerabilidad del consumidor que no tiene capacidad para sustraerse a las presiones del comerciante."¹⁹

¹⁹ BOTANA GARCIA, Gemma Alejandra. "LOS CONTRATOS REALIZADOS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES Y LA PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES". José Ma. Bosh Editor. Barcelona 1994. pp. 32, 33.

Puede ser reiterativo hablar de consumidor y calidad de consumidor, pero es que para el Derecho lo somos únicamente cuando adquirimos un producto o servicio para nuestro provecho y consumo, es decir, no tenemos esa etiqueta siempre lo que significa en cuestiones prácticas, que esa condición la podemos adquirir tantas veces como productos o servicios adquiramos, y además la calidad de consumidor que adquiero con un proveedor va a ser independientemente de otra que yo haya adquirido con otro proveedor.

2.1.3.2. RELACION ENTRE CONSUMIDOR Y PROVEEDOR.

Esta relación jurídica esta regulada por la LFPC y solo es aplicable a las relaciones jurídicas en la que intervengan proveedores y consumidores, entendiéndose que quedan fuera de esta ley aquellos sujetos que carezcan de estas cualidades.

Desde el punto de vista económico, el consumo es el momento final del ciclo que nace con la producción, continúa con la distribución y termina con la venta, y desde el punto de vista jurídico, esta relación, se da cuando el consumidor adquiere al proveedor algún producto, bien o servicio.

Como se ha dicho, el proveedor es quien tiene ventajas en esta relación, la cual se vuelve una estira y afloja entre ambas partes para sacar más provecho una de la otra; y es una relación de necesidad entre ambas partes

donde una desea vender y la otra adquirir, más sin embargo, el que vende también tiene la necesidad de adquirir algún otro producto o servicio, debiendo ser más accesible cuando él es quien vende.

Para vender, el proveedor "ha concebido tradicionalmente al consumidor, como un conejillo de indias con el cual se puede experimentar, como autómata que debe dar respuestas precisas a la publicidad invasora, como un ser carente de personalidad para decidir por si mismo", pero la publicidad no es sólo una forma de atrapar al consumidor, pues existen otras formas como ofertas, precios y calidad.

Ambas partes, al fin y al cabo, ejercitan derechos constitucionales, el proveedor ejercita su derecho de dedicarse al comercio, el consumidor su derecho al consumo y el Estado simplemente vigila que la balanza se mantenga neutral entre estos miembros de la relación jurídica de consumo.

2.2. DERECHO DE CONSUMO.

En cuanto a esta rama del Derecho podemos encontrar tantas definiciones como autores consultemos; para Bourgoignie,²⁰ “el Derecho de Consumo es un conjunto normativo específico para la promoción del interés del consumidor que contendría reglas e instrumentos jurídicos susceptibles de contribuir al establecimiento de un más justo equilibrio entre los dos derechos y las obligaciones recíprocas de las partes que intervienen en la relación de consumo, promover la educación de los ciudadanos en dichas cuestiones y defender los intereses colectivos de los consumidores”.

El Derecho de Consumo, de acuerdo a Lares Romero, surge en nuestro país por dos factores:²¹

- a) Internos. Son aquellos que se deben a la desigual distribución del ingreso nacional, un consumo destinado a la satisfacción de necesidades vitales, proliferación de pequeños comerciantes debido a la falta de empleo, y que se ven obligados a aumentar los precios de los productos
- b) Externos. Son los debidos a la dependencia de nuestro país a economías de otros países, y a las crisis internacionales.

²⁰ BOURGOIGNIE. Citado por Julio Iglesias y Javier Lette “Vers un droit europeen de la consommation?”

²¹ LARES ROMERO, Víctor Hugo. “EL DERECHO DE PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES EN MEXICO”. UAM. México 1991.

Tal Derecho a tomado a últimas fechas una gran y a alcanzado gran difusión ya como parte del derecho social y es que se dejo de pensar en proteger al consumidor de manera individual a proteger a las masas de consumidores, de las cuales formamos parte todos nosotros.

El Derecho de Consumo se refiere básicamente a la facultad de cada individuo de acceder a la variedad de productos y servicios y elegir los que desee y por su puesto también la de ser protegido; al respecto, la ONU, emitió una resolución (39/248), el 18 de abril de 1985, la cual en su apartado tres del artículo 11, se refiere, a los Derechos de los Consumidores.

- a) La protección de los consumidores frente a los riesgos para la salud y su seguridad; que hace referencia a un posible daño ocasionado por los productos o servicios ofrecidos por el proveedor
- b) Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores; para que estos obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos es algo que hace la Procuraduría a través de la difusión y de otras medidas como la vigilancia, la investigación de los productos, inspecciones, que permite al consumidor la elaboración de diversos productos para su consumo.
- 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 para saber escoger los productos y servicios, así como reconocer su calidad, características y su precio.

- e) Alguna o toda la posibilidad de compensación efectiva al consumidor; se refiere básicamente a la compensación al consumidor por parte del proveedor por algún daño causado al resarcimiento, indemnización, del precio, rescisión o cambio del producto si es que tuviese algún vicio o defecto.
- f) La libertad de constituir grupos y 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.

2.3. INTERES JURIDICO DEL CONSUMIDOR.

La palabra interés puede tener diversos significados, y depende de cada uno el encontrar y usar el que así se desea. De acuerdo al Diccionario Marín de la Lengua Española, la palabra interés significa utilidad, provecho; inclinación más o menos vehemente del ánimo hacia un objeto, persona, asunto capaz de interesar; conveniencia o necesidad de carácter colectivo en el orden moral o material.

Para el Doctor Gelsi, el interés de alguien consiste en la obtención de algún elemento favorable, adecuado, conveniente o necesario para él mismo²² por otro lado el concepto jurídico, de igual manera de acuerdo al Diccionario Marín de la Lengua Española significa que atañe a derecho, o se ajusta a él.

El "interés jurídico" como tal puede tener diversas acepciones, más sin embargo, sólo enunciaremos aquella que nos interesa, Gelsi Bidart, menciona al respecto que el interés implica una conexión entre un sujeto y algún bien o servicio que se le puede prestar y que habrá de resultar adecuado, conforme a Derecho, y conforme a sus conveniencias o necesidades.

En Derecho, dado que siempre se trata de vínculos entre hombres esa conexión va a suponer, directa o indirectamente, alguna relación jurídica entre el titular de la necesidad o conveniencia y otro u otros sujetos que pueden asegurar tal satisfacción por sus actividades.²³

Otra definición, puede ser la encontrada en la Enciclopedia Salvat²⁴, interés jurídico, es todo interés social sancionado por la Ley; el ataque a los intereses por ella tutelados acarrea responsabilidad penal o civil según los casos.

El Diccionario Jurídico Mexicano, señala que la expresión "interés jurídico" tiene un significado general propio de la Filosofía del Derecho, menciona además algunas características:

- a) Una de las funciones primordiales del Derecho es la de proteger los intereses que tienden a satisfacer las necesidades fundamentales de

²² GELSI BIDART, Adolfo. "REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO EN MEXICO." Tomo XXXV Julio —Diciembre 1983. Números 142, 143 y 144.

²³ Idem p. 534

²⁴ "ENCICLOPEDIA SALVAT". Salvat Editores. Tomo 7, 1976. P. 1817.

los individuos y grupos sociales. Por esta razón, el contenido de las normas jurídicas se integra por facultades y derechos concedidos a las personas que representan estos intereses.

- b) El Derecho se propone eliminar el uso de la fuerza en las relaciones sociales y, por lo tanto, en las normas que lo contienen se establecen mecanismos y procedimientos para resolver pacíficamente los conflictos de intereses que se producen en el seno de una sociedad. Estos mecanismos y procedimientos impiden que las partes en un conflicto resuelvan sus diferencias recurriendo a la violencia.²⁵

Pero sin duda, el concepto de interés - manejado por Ihering Rudolf el de más interés- para el presente trabajo. El habla sobre la lucha por el Derecho y los tipos de intereses existentes. Para él, esta lucha deriva por las injusticias, acciones, arbitrarias y los ataques al Derecho por todos aquellos miembros que forman un estado, comencemos citando un ejemplo de este autor: "cuando un individuo es lesionado en su derecho, se hace irremisiblemente esta consideración, nacida de la cuestión que en su conciencia se plantea y que él puede resolver según le parezca; si debe resistir al adversario o debe ceder²⁶, pero como el mismo lo menciona, si quiere que se le reconozca su derecho tiene que luchar, pero eso implica cuestiones de interés, de carácter, cuestiones de honor, de personalidad, de un sentimiento, de un deber.

Cuando el Estado reconoce ciertos derechos, hay algunos que prefieren la paz a un derecho tan trabajosa y penosamente conquistado, pero la lucha o la

²⁵ "DICCIONARIO JURIDICO MEXICANO". Instituto de Investigaciones Jurídicas, 4a edición, 1991, P 1777 y 1778.

²⁶ IHERING, Rudolf. "LA LUCHA POR EL DERECHO", Porrúa, México, 1989. P 22.

paz son respetables, pues todo interesado puede elegir entre abandonar su derecho o hacerlo valer.

Resistir a la injusticia es un deber del individuo para consigo mismo, por que es un precepto de la existencia moral, es un deber para la sociedad, porque esta resistencia no puede ser coronada con el triunfo más que cuando es general.

La lucha por el derecho en la esfera social, es una lucha contra la injusticia, es el combate común de toda una nación, en el cual todos deben estar estrechamente unidos; "si mil soldados están en línea, puede perfectamente suceder que no se note la falta de uno solo; pero si cientos de ellos abandonan su bandera, la posición de los que quedan fieles, será más crítica por que todo el peso de la lucha caerá sobre ellos."²⁷

El Derecho concreto que el individuo posee no es más que una autorización que tiene del Estado, para combatir por la Ley en las ocasiones que le interesan, y de entrar en la lid para resistir a la injusticia. La ventaja de la lucha por el Derecho, no es solamente el interés ideal de que la autoridad y la majestad de la ley sean protegidos, sino que es un beneficio real perfectamente práctico, comprendido y apreciado por todos, como que defiende y asegura el orden establecido en las relaciones sociales.

²⁷ Ihening. Ob. Cit. P. 66.

Si lo que se ha dicho es verdad, si queda sentado que defendiendo el individuo su derecho defiende la ley, y en la ley el orden establecido, como indispensable para el bien público, ¿quién gozará sostener que no cumple a un mismo tiempo un deber para la sociedad?, Si el Estado tiene el derecho de llamarle a luchar contra el extranjero, si puede obligarle a sacrificarse y a dar su vida por la salud pública, ¿por qué no ha de tener el mismo derecho cuando es atacado por el enemigo interior, que no amenaza menos su existencia que los otros?.

Por lo tanto, de acuerdo a todo lo anterior, la idea de un interés jurídico del consumidor va más allá de los conceptos tradicionales que pudieran existir y que son la legitimación procesal y el interés en el juicio.

Nuestra idea de interés jurídico del consumidor nos va a indicar ciertas conductas, no sólo del Estado sino del consumidor y que pueden ser el interés y la voluntad del Estado en regular ciertas conductas creando normas, leyes, que hagan un camino más fácil para aquellos que así las necesiten. La ambición del individuo de luchar por la creación de las normas que le reconozcan sus derechos; el deseo mismo del individuo de luchar por sus derechos cuando ya han sido reconocidos, algo que implica una lucha por los ideales mismos de cada uno que integra la sociedad, y de no permitir que esos derechos pasen a formar letra muerta, no olvidemos que el ordenamiento jurídico tiene sentido solamente como cause a través del cual la persona puede realizar sus ideales, fines y aspiraciones.

CAPITULO III.

FORMAS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

3.1 LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. 3.2 PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. 3.2.1 INTEGRACION DE LA PROFECO. 3.2.2 SERVICIOS QUE OFRECE LA PROFECO. 3.2.3 MISION Y VISION DE LA PROFECO. 3.3 SANCIONES. 3.3.1. INCUMPLIMIENTO DE LOS CONTRATOS. 3.4 OTRAS FORMAS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. 3.5 OBSERVACIONES A LA TUTELA DE LOS INTERESES DEL CONSUMIDOR. 3.6 OMBUDSMAN DEL CONSUMIDOR. 3.7 ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES. 3.8 ACCION POPULAR. 3.9 ACCION DE CLASES. 3.10 FISCALIA ESPECIAL.

Las formas de protección al consumidor se estudiarán en este capítulo y se tratará de explicar que la protección al consumidor, por lo menos en nuestro país podría ser más viable y tal vez más efectiva con una interacción adecuada de las diferentes leyes que protegen al consumidor.

También se hará una exposición de derecho comparado, con los medios que existen para la protección de los consumidores en otros países, tales como el Ombudsman en Suecia, las asociaciones de consumidores y la acción popular sobre todo en países anglosajones, la acción de clase y una pequeña mención sobre las fiscalías especiales.

La PROFECO como un organismo creado para la protección del consumidor, su atención, asesoramiento, entre otros servicios. Haremos mención de la función que tiene la sanción, como una forma de persuasión y castigo para todo aquel que actúe contra el Derecho de Consumo, matizada en su concepto y alcances.

3.1. LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

Desde nuestro punto de vista, pueden existir y trabajar de manera conjunta diversos ordenamientos, junto con algún organismo especializado, con el propósito de regular ciertos aspectos de Derecho. En nuestro país contamos con una Ley Federal de Protección al Consumidor, más y deriva de su aplicación un organismo, que es la Procuraduría Federal de Consumidor (PROFECO), que se encarga de aplicar y hacer cumplir esa ley.

La primera forma de protección especializada en favor del consumidor, surgió al crear una ley específica, que promoviera y protegiera los derechos del consumidor y procurará la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Nuestra primera Ley Federal de Protección al Consumidor entró en vigor el 5 de febrero de 1976, y fue creada a iniciativa del entonces Presidente, Luis Echeverría, el cual señala puntos muy importantes dentro de su exposición de motivos.

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

Esta ley de 1975 creó dos organismos que cumplirían lo que se estipulaba en la misma: 1.- el Instituto Nacional del Consumidor, y 2.- la Procuraduría Federal del Consumidor. Ambos organismos entraron en funciones ese mismo año, pero el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) desapareció antes de 1992 fusionándose en un solo organismo (PROFECO) todas las funciones, año en que se abroga la primera Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) para dar origen a una nueva ley.

Podemos percatarnos que la creación de una ley que protegiera los derechos de una parte de la población era necesaria, por lo cual surgió esta ley, pero por cuestiones de practicidad y de delimitar el alcance de la misma, surgió la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor.

Dentro de este párrafo ya encontramos disposiciones importantísimas que le dan una mayor fuerza a esta ley; “la calificación que el legislador hace de que la ley es de orden público e interés social, se orienta sobretodo a evitar la concesión de la medida cautelar de la suspensión en el juicio de amparo.

De acuerdo con lo que señala el artículo 124, fracción II, de la Ley de Amparo, la suspensión de los actos reclamados se decretará siempre y cuando no se siga perjuicio al interés social, ni se contravengan disposiciones de carácter público.

El párrafo segundo de la citada fracción II, especifica que se considerará que se sigue perjuicio al interés social o se contravienen disposiciones de orden público, cuando, entre otros supuestos, se permita el alza de precios con relación a artículos de primera necesidad o bien de consumo necesario.²⁸

En cuanto al carácter irrenunciable de sus disposiciones, la Ley trata de prevenir, aquellas cláusulas, que obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta Ley.

Dentro de la América Latina, se considera que Venezuela y México son los pioneros de la protección a los consumidores y en el caso muy particular de nuestro país, ha servido de modelo para que otros países como Argentina, elaboren su propia legislación al respecto.

²⁸ OVALLE FAVELA, José. “COMENTARIOS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR”. Ed. Mc. Graw Hill. México 1995. 2ª edición. P. 2.

3.2. PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. (PROFECO)

La Procuraduría Federal del Consumidor, como lo hemos mencionado, es el órgano encargado de aplicar la L. F. P. C. y sus atribuciones están contenidas en el artículo 24 de dicha Ley.

De acuerdo al artículo 20 de la L.F.P.C., la Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

En base a esta definición legal y *con base en lo que señala el propio artículo 20 de la Ley, las características de la Procuraduría Federal del Consumidor*, en cuanto organismo descentralizado, son las siguientes:

- 1.- Tiene personalidad jurídica diversa de la administración central.*
- 2.- Posee un patrimonio propio, que se integra en los términos previstos en el artículo 23 de la Ley.*
- 3.- Tiene funciones de autoridad administrativa, ya que puede emitir actos unilaterales, imperativos y coercibles, en ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley.*
- 4.- El servicio o la función social que le atribuya la Ley, consiste en:*

a) *Promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, y*

b) *Procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.*²⁹

Entonces como hemos visto, la PROFECO es la forma más eficaz para la protección de los consumidores en nuestro país; ésta, se hace presente a consumidores y proveedores a través de todos los medios de comunicación, e inclusive hasta por internet; más sin embargo, ¿es éste un medio completo, para proteger al consumidor?; este organismo es la forma más accesible para que cualquiera que se sienta agredido como consumidor acuda a ella en busca de ayuda; no acudir a ella, representaría una aceptación a cualquier violación que se cometa en contra de uno como consumidor, pues existen diversas formas de presentar una QUEJA ante tal organismo, ya sea personalmente en sus oficinas –estatales, regionales y delegaciones- o simplemente con una llamada telefónica, denunciando cualquier hecho que consideremos violatorio de nuestros derechos, por tanto ya es cuestión personal de cada uno de nosotros utilizar los servicios de la Procuraduría y determinar si es un medio efectivo o no, pues la Ley, los organismos y los derechos para la protección al consumidor ahí están y ya depende única y exclusivamente de nosotros los ciudadanos hacerlos efectivos o no.

²⁹ OVALLE FAVELA, José. Ob. Cit. P. 47.

3.2.1. INTEGRACION DE LA PROFECO. ³⁰

- I. Procurador
- II. Contraloría Interna
 - Coordinación de Asesores
- III. Unidad de Comunicación Social
 - Coordinación de Enlace Institucional
- IV. Unidad de Programas del Sector Social
 - Subprocuraduría de Servicios al Consumidor
 - Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia
 - Dirección General de Coordinación de Delegaciones Federales
 - Subprocuraduría Jurídica
 - Coordinación General de Investigación y divulgación
 - Coordinación General de Administración
- V. Dirección General de Quejas y Conciliación
 - Dirección General de Verificación y Vigilancia
 - Dirección General de Coordinación de Delegaciones Metropolitanas
 - Dirección General Jurídica Consultiva

³⁰ Página de Internet. <http://www.profeco.gob.mx/profeco1.htm>, de fecha 15 de junio del 2000.

Dirección General de Radio y T.V.

Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto

VI. Dirección General de Arbitraje y Resoluciones

Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales

Dirección General de lo Contencioso Administrativo

Dirección General de Investigación

Dirección General de Recursos Humanos y Materiales

VII. Dirección General de Organización de Consumidores

Programa PEMEX-PROFECO

Dirección General de Publicaciones.

3.2.2 SERVICIOS QUE OFRECE LA PROFECO.

- Teléfono del consumidor
- Atención de quejas y denuncias
- Atención a extranjeros
- Conciliación inmediata
- El arbitraje en las relaciones de consumo

- Lista de arbitros independientes
- Organización de consumidores
- Mejoramiento en la calidad de bienes y servicios
- Laboratorio de la PROFECO
- Contratos de adhesión
- Verificación y vigilancia
- Revista del consumidor
- Radio y televisión
- Tecnologías domésticas
- Platillo sabio

3.2.3. MISION Y VISION DE LA PROFECO.

La PROFECO a parte de ser un organismo creado para la protección de los consumidores tiene un par de objetivos primordiales que son su misión y visión que a continuación mencionamos:

a) MISION.- Promover y proteger los derechos de la población consumidora, procurando equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo.

Asimismo, realizar acciones de orientación, información, difusión, investigación y educación para fomentar una mejor cultura de consumo en México.

b) VISION.- Es un organismo confiable por su eficacia y honestidad, integrado por un equipo de trabajo propositivo, vanguardista y con total sentido de cooperación, que permite responder con excelencia las exigencias de la población.

3.3. SANCIONES ADMINISTRATIVAS EMITIDAS POR LA PROFECO.

Sobre las sanciones, consideramos muy importante ahondar un tanto en ellas, pues estas constituyen la reciprocidad de aquél que ha quebrantado una norma, en este caso la L.F.P.C.; y aunque no se les puede catalogar como un sistema, específico de protección, si pudieran ser, en contraste, un medio o una forma de evitar que se transgredan aquellas leyes que contengan disposiciones relativas al derecho de consumo.

De acuerdo al Diccionario de la Lengua Española, sanción es la pena que la ley establece para el que la infringe.

La pena al ser aplicada por el Estado se convierte en una sanción pública porque el poder judicial, a través de una serie de actos que constituyen el proceso, la aplica a quien se haya encontrado responsable de un delito.³¹ Más sin embargo la Procuraduría Federal del Consumidor, esta facultada únicamente para imponer sanciones de carácter administrativo (Capítulo XIV de la L.F.P.C).

“En los artículos 126, 127, 128, 129 de la L.F.P.C., se prevén las siguientes sanciones”³²:

- 1.- multa, cuyo monto varía según el tipo de infracción, pero que puede llegar al equivalente de 1 hasta 2,500 veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, y se puede duplicar en caso de reincidencia;*
- 2.- clausura del establecimiento hasta por 15 días, que también se puede duplicar en caso de reincidencia y,*
- 3.- arresto administrativo hasta por 36 horas.*

En estos artículos es de resaltarse la falta de potestad que tiene la Procuraduría para imponer sanciones más severas, pues inclusive tratándose de casos particularmente graves, la Procuraduría únicamente puede sancionar al proveedor con multa de 2,500 a 5,000 veces el salario mínimo vigente en el

³¹ OVALLE Ob. Cit. P.69.

³² Ibidem, p 242.

D. F., y clausurar el establecimiento por 15 días y operará hasta por 30 días si existe reincidencia, entendiéndose por esta última de acuerdo al artículo 130, cuando el mismo infractor incurra en 2 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; por lo tanto, de acuerdo a lo establecido en la Ley, ésta puede considerarse de carácter preventivo, ya que una fuerte sanción pecuniaria puede ser suficiente para detener los actos lesivos del proveedor.

El artículo 132 de la Ley menciona que para determinar la sanción, la Procuraduría estará a lo dispuesto por esta Ley y su reglamento y deberá considerarse, conforme al siguiente orden:

- I.- La condición económica del infractor;
- II.- El carácter internacional de la infracción;
- III.- Si se trata de reincidencia;
- IV.- La gravedad de la infracción; y
- V.- El perjuicio causado al consumidor o a la sociedad en general.

Sobre la condición económica del infractor, "no debe ser tomada en criterio para la imposición de la sanción pues se abandona al criterio de que las infracciones tienen una gravedad sobre la que debe imponerse, independientemente del imperio económico del infractor."³³

³³ KAYE, Dionisio. "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR", Ed. IEE, México, 1976, p. 65.

La segunda fracción de este artículo, habla de considerar si "la infracción se cometió con o sin intención del proveedor, es decir si se trata de una infracción dolosa o culposa."³⁴

Acerca de la reincidencia se deberá estar a lo dispuesto en el artículo 130, y sobre todo la gravedad de la infracción y el perjuicio al consumidor o la sociedad en general, considero que el daño acusado a un consumidor, es un daño a la sociedad pues éste es parte de ella y por tanto cualquier daño resulta grave, pero obviamente la Ley se refiere a la individualización de la pena.

El artículo 131 de la Ley, hace referencia de la fundamentación y motivación que tendrán las sanciones con base en:

- I.- Las actas levantadas por la autoridad;
- II.- Los datos comprobados que aporten las denuncias de los consumidores;
- III.- La publicidad o información de los proveedores y la comprobación de las infracciones; o
- IV.- Cualquier otro elemento o circunstancias que aporte elementos de convicción para aplicar la sanción.

Las resoluciones que emita la Procuraduría deberán estar debidamente fundadas y motivadas con arreglo a derecho, tomando en consideración los criterios establecidos en el presente ordenamiento.

³⁴ OVALLE FAVELA, José. Ob. Cit. P. 250.

Ovalle Favela José resume estas cuatro fracciones, indicando que las infracciones a la Ley sólo se pueden considerar demostradas tomando en cuenta los datos y pruebas que obren en el expediente respectivo; y que sólo cuando estén demostradas, la Procuraduría podrá imponer la sanción correspondiente.³⁵

3.3.1. INCUMPLIMIENTO DEL PROVEEDOR EN LOS CONTRATOS.

El incumplimiento de una obligación comporta un no hacer civil, pero tiene su propia regulación; en primer lugar, da origen a diferentes acciones: rescisión, redhibitoria, estimatoria y la ejecución forzosa; además el responsable debe pagar los daños y perjuicios causados por su culpa.

Respecto a las otras acciones mencionadas, ellas tienen su origen en la falta de cumplimiento. La acción rescisoria es la que el proveedor ejerce para recuperar la cosa vendida, en el caso que estipule la rescisión del contrato por ausencia del pago total o parcial del bien, producto o servicio.

La acción redhibitoria es aquella por la cual el consumidor demanda la rescisión de la venta en razón de los vicios ocultos de la cosa. La acción estimatoria, es aquella por la que el consumidor (la parte perjudicada) demanda una disminución del precio en razón de los vicios ocultos.

³⁵ Idem. P. 245.

La protección del consumidor puede revestir un carácter preventivo o un carácter reparador. En el primer caso, el Derecho del Consumidor pertenece al dominio del Derecho Público, así como al Derecho Administrativo, el segundo pertenece al campo de aplicación del Derecho Privado, especialmente el Derecho Civil, particularmente por medio del mecanismo de los vicios ocultos utilizado por sus consecuencias prácticas.

Esto es real con respecto a los consumidores; los mecanismos de los vicios ocultos son de una importancia esencial para la obtención de una reparación.

De ahí el interés por estudiar con más atención esta institución de la PROFECO, sobre todo porque su evolución es el origen de las normas protectoras del consumidor como el Derecho actual a la información.

Es lograr que el Derecho garantice al comprador el uso de la cosa enagenada, que esté en Derecho de esperar. Garantizar los vicios ocultos, es proteger al adquirente contra un defecto material, es decir, protegiendo su patrimonio, y al mismo tiempo su consentimiento. De acuerdo al Derecho Civil en el caso de un vicio oculto, el consumidor tiene derecho de devolver la cosa y de hacerse restituir al precio o bien, de conservar la cosa y de hacerse devolver una parte del precio, sin detrimento de los daños y perjuicios.

3.4. OTRAS FORMAS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

El Estado, como ya hemos mencionado, tiene la obligación de asumir un papel protector en cuanto nos referimos a derechos, clases sociales, que se vean desprotegidos o sean vulnerados fácilmente; en este caso el papel protector es para con los consumidores, el Derecho de Consumo, y la relación jurídica de consumo.

La Procuraduría Federal del Consumidor, bajo la Coordinación de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, será responsable de la inspección, vigilancia y sanción respecto de los precios máximos que se determinen conforme a este artículo, de acuerdo con lo que dispone la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Sobre el consumo necesario o consumo popular, encontramos que el daño causado por los proveedores relacionados con este tipo de artículos puede ser sancionado por la Ley Federal de Competencia Económica (si es que existe alguna práctica monopólica absoluta, relativa, o alguna concentración) pues se piensa en el abasto, el precio y la repercusión social que tienen esta clase de productos; además, la PROFECO, tiene atribuciones para vigilar todos aquellos productos que puedan ser adquiridos por los consumidores, por tanto, si la PROFECO considera que el daño ocasionado con cualquier producto, es muy grave, además de imponer sanciones, puede hacer del conocimiento de otra autoridad, en este caso de la Comisión Federal de Competencia, para determinar la posible responsabilidad en la que ha incurrido el proveedor con sus actividades ilícitas en contra del Derecho de Consumo.

3.5. OBSERVACIONES A LA TUTELA DE LOS INTERESES DEL CONSUMIDOR.

Existen diversos ordenamientos que en nuestro derecho se encargan de la protección al consumidor y creemos que han sido más efectivos a últimas fechas justo cuando más se ha necesitado, además, se ha dado más publicidad para hacer efectivos los derechos de los consumidores; pero considero que ahora es el consumidor quién tiene que poner de su parte y actuar. Es cuestión de conciencia más que otra cosa, tanto del que vende como del que compra, complementándolo con organismos como la misma Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

Consideramos que los consumidores deben tener consciencia de que el derecho cambia de acuerdo a las necesidades; actualmente aparte del consumo en masa, se empieza a hablar del consumo dirigido, específico a una pequeña parte de consumidores, es decir un consumo de acuerdo a las necesidades de estos, un consumo a menor escala que seguramente generará algún tipo de conflictos entre las partes contratantes, y también se mencionan ya otros conceptos .

Tal como lo afirma Yuri Vega³⁶ sostenemos también que con el tiempo aparecerá el *prosumidor*, persona que produce sus productos para su propio consumo; pero sin duda si el consumidor quiere que se le respeten sus

³⁶ VEGA MERE,, Yuri. "CONSUMIDOR, CONTRATO Y SOCIEDAD POSTINDUSTRIAL". Fondo de Desarrollo Editorial. Lima 1998

derechos, esto se lo tendrá que ganar; pues no podemos hablar de daño al consumidor cuando éste, adquirió un producto o servicio sabiendo que lo hacía en un lugar no establecido para el comercio, un producto usado, de dudosa procedencia o sin garantía.

3.6. OMBUDSMAN DEL CONSUMIDOR.

El Ombudsman o representante del Rey es una institución nacida en la Constitución Sueca en 1809. La redacción de esta constitución se inspiró no sólo en el desenvolvimiento interno del país, sino que se nota la influencia decisiva de las ideas liberales llegadas de la Revolución Francesa; la soberanía de las naciones, se deposita en el pueblo y no en el Rey. Se atiende a la división de poderes sustentada por Montesquieu, aunque en un principio, la separación de poderes la entendieron los constituyentes suecos como separación entre el Rey y el legislativo o Rikdag, pero de ninguna manera se seccionaron las funciones, legislativa, ejecutiva y judicial.

Su nombre puede traducirse al español como "comisionado", palabra proveniente del antiguo noruego *umbodsmadr* "comisario".³⁷

El surgimiento del ombudsman se dio en la época en que nacieron las garantías procesales y otros medios de defensa de la legalidad con relación a

³⁷ HOYO. Arturo Del; "DICCIONARIO DE PALABRAS Y FRASES EXTRANJERAS EN EL ESPAÑOL MODERNO"; Aguilar, 1ª reimpresión, Madrid, 1990.

los actos de autoridad frente a la libertad individual, debido a lo cual, se le asigno también la tarea de salvaguardar las libertades ciudadanas ante los órganos gubernamentales.

En seis artículos de la Constitución Sueca de 1809 quedó plasmado el ámbito competencial del Ombudsman, y a partir de la fecha de la creación de la Constitución sólo han sufrido reformas en menos de cinco ocasiones. Las características fundamentales del Ombudsman sueco son:

- a) Su función de vigilante o supervisor de los actos y el desempeño de las autoridades administrativas;
- b) La protección de los derechos ciudadanos;
- c) Coexistencia con un sistema de recursos y tribunales administrativos;
- d) Ausencia de un poder coercitivo para el cumplimiento de sus determinaciones;
- e) La base de su respetabilidad le proviene de una autoridad moral y la utilización o el apoyo de la publicidad para el cumplimiento de su determinaciones.

En Suecia en el año de 1971 es cuando se crea un Ombudsman específicamente para los consumidores "la defensa de los desamparados incluyendo los del consumidor, al punto de llegarse a crear un órgano especial al efecto: el *Konsumentombudsman*³⁸. Este Ombudsman, tiene poderes de

³⁸ VESCOVI, Enrique. "REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO EN MEXICO". Tomo XXXIV. Núms. 133, 134, 135. Enero – Junio. México 1984. P. 577.

control, de investigación y judiciales. El control a la publicidad y a las prácticas comerciales, perjudiciales, en conformidad con la Ley sobre las ventas al consumidor y sobre las condiciones impropias de los contratos; los poderes investigativos están ligados a las informaciones y noticias transmitidas al Konsumentombudsman por el público de los consumidores; de no tener éxito, la cuestión pasa a la "Corte del Mercado", a quien el Konsumentombudsman puede pedir que emita una disposición tendiente a suspender las prácticas comerciales perjudiciales.

El Konsumentombudsman es totalmente independiente del ejecutivo, pero está en estrecha relación con el legislativo.

Uno de los aspectos más interesantes de la institución del Ombudsman, es la de evitar un contencioso inútil, favoreciendo un correcto funcionamiento de la administración y de la justicia.

Toda actividad promovida por el Ombudsman se desarrolla con rapidez y agilidad; se facilita, pues, el acceso a la justicia.³⁹

La seriedad y la utilidad del Ombudsman, así como el constante crecimiento del aparato burocrático y el alejamiento de los gobernantes y los gobernados, ocasionaron la instauración de organismos e instituciones similares y con finalidades semejantes, aun cuando la adaptación a los

³⁹ SANCHES CORDERO DAVILA. Jorge. "LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR". Ed. Nueva Imagen. México 1981. P. 37.

sistemas de gobierno y a la idiosincrasia de cada país, hayan producido variadas diferencias.

De esta forma se crean varias copias del Ombudsman, sobre todo en Europa, así en 1962 nacen los tres Ombudsman en Noruega, uno en el ramo militar, otro en el civil y otro para los consumidores. Estos Ombudsman pueden actuar el oficio y con el sólo requisito de que se tenga interés en el asunto que se plantea y las quejas deben presentarse por escrito.

El punto más importante del adelanto de las experiencias nórdicas en la protección al consumidor, viene configurado por la institucionalización del llamado Ombudsman de los consumidores en varios países. Ante todo, en un momento preliminar, cabe resaltar la función que en Dinamarca y Finlandia se atribuye a la Cámara de Reclamaciones del Consumidor, verdadero órgano de arbitraje (que incluye entre sus miembros a representantes de consumidores y empresarios), cuya relación con el Ombudsman consiste en dirimir los casos que éste les somete, tras no haberlos podido resolver por sí mismo.

El contenido del Ombudsman de los consumidores se reduce a velar por la licitud, en el ejercicio de las prácticas comerciales. Es decir, proteger a los ciudadanos contra el abuso, asegurando el cumplimiento de las leyes sobre el mercado, en especial las que regulan el empleo por el empresario, de condiciones contractuales generales.

Todo lo anterior a lo que hacemos referencia tendría que verse reflejado en México, en que se debe de implementar en su legislación, la creación de un Ombudsman del consumidor que tuviera los alcances y fuerza en las resoluciones judiciales que tiene el Ombudsman de los Derechos Humanos. Por que el Procurador del Consumidor posiblemente con lo anterior tendrían más peso sus decisiones en beneficio de los consumidores más desprotegidos y no que sus resoluciones tienen que presentarse ante una autoridad judicial para llevarse a cabo, con lo que este procedimiento es causa de abusos de los proveedores.

3.7. ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.

A fines de la década de los sesenta comienza en los Estados Unidos y en Europa un fuerte movimiento en la sociedad en torno a la defensa de los derechos de los consumidores; aparecen las primeras normas, se crean los primeros organismos públicos.

Estas organizaciones o asociaciones son de aparición reciente; hay entre ellas organismos privados y asociaciones cuyo funcionamiento es independiente de los poderes públicos; mencionaremos tres tipos que existen:⁴⁰

⁴⁰ SANCHEZ CORDERO, Jorge. Ob. Cit. P. 376

1.-El movimiento cooperativo: por ejemplo las cooperativas de consumo cuyo objetivo es reducir los precios y mejorar la calidad de los bienes ofrecidos al consumidor;

2.-Las asociaciones familiares o femeninas: creadas en principio para defender los intereses de las familias, han sido progresivamente inducidas a preocuparse por la protección de los consumidores, y

3.- Las asociaciones específicas de consumo.

Paralelamente al desarrollo de estas asociaciones, existen organismos públicos que fortalecen a este tipo de instituciones, así en nuestro país la Procuraduría Federal del Consumidor tiene, de acuerdo al artículo 24 fracciones VIII y XVIII de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la atribución de promover y realizar directamente programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y prestar asesoría a consumidores y proveedores, así como o promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría.

La PROFECO en nuestro país, lleva a cabo el Programa Nacional de Organización de los Consumidores (PNOC) a través de la constitución de los Comités de Defensa y Protección de los consumidores, que se constituye en el eje rector de las actividades de atención a los consumidores organizados y población abierta en el espacio físico en que estos desarrollan sus actos de consumo.

El PNOC establece las estrategias y líneas de acción, así como las actividades propuestas para el trabajo con los consumidores organizados, teniendo como premisa el respeto de los valores sociales y adecuando las actividades al contexto económico, cultural y social del núcleo de población que se atiende.

Las acciones en el ámbito de Organización de Consumidores pretenden la formación de consumidores conscientes de la importancia de su papel en las relaciones de mercado, es decir, que se conviertan en actores con capacidad de decisión y no sólo sean espectadores de su entorno, resintiendo en su economía los fenómenos económicos que afectan su poder adquisitivo.

El objetivo del PNOC es impulsar la formación de organizaciones de consumidores conscientes de sus Derechos para el ejercicio y exigencia de los mismos, así como orientar y educar a la población hacia la adopción de una conducta crítica, reflexiva, selectiva y participativa en busca de una mejor calidad de vida.

La integración de la población al movimiento organizado en torno al consumo se realiza mediante los lineamientos del subprograma PROMOCION PARA LA ORGANIZACIÓN, cuyas líneas de acción y estrategias buscan fomentar entre la población y al interior de los organismos sociales y privados, la formación de organizaciones de consumidores para su atención periódica y poder convertirlos en organismos consolidados capaces de reconocer la importancia de su papel en las relaciones de mercado, orientar sus demandas

de consumo y actuar como entidades autogestivas para mejorar su calidad de vida.

Las actividades de atención a las organizaciones de consumidores se rigen por una estructura rectora, flexible para cada actividad que se desarrolle, estableciendo objetivos concretos, para que al finalizar cada sesión de trabajo los consumidores cuenten con elementos que les permitan reflexionar sobre sus hábitos de consumo y/o conocer alternativas para un mejor aprovechamiento de los recursos de hogar, así como conocer sus derechos para hacerlos valer en el momento mismo en que se desarrollan sus actos de consumo

El subprograma de COLABORACION JURIDICA tiene como objetivo fomentar, al interior de las organizaciones y la población, el conocimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor; pretende fomentar el conocimiento de los Derechos que otorga la Ley de la materia, para hacerlos valer en el momento en que se realicen los actos de consumo.

El subprograma de MEJORAMIENTO DE LA ECONOMIA FAMILIAR, tiene como objetivo, brindar orientación que permita a la población fortalecer su poder de compra, mediante la enseñanza de las alternativas prácticas que posibiliten una mejor distribución y aprovechamiento del ingreso y los recursos familiares, atendiendo especialmente tres rubros:

1. Alimentación, salud y consumo. Fomentando entre la población la necesidad de establecer un consumo acorde a sus requerimientos nutricionales, conforme a sus costumbres alimenticias y que beneficie

a su salud, promoviendo el consumo de los productos regionales, naturales y de temporada.

2. Grupos de compra en común. Promueve la importancia de saber administrar y distribuir los recursos de la familia, con el fin de obtener un ahorro mediante la planeación de la distribución de ingresos familiares y las compras conscientes y la oportunidad de realizar compras colectivas, que permitan es acceso a productos de consumo generalizado en mejores oportunidades de mercado, eliminando intermediarios el comprar volumen en centros de mayoreo y medio mayoreo.
3. Autoproducción para el consumo. Difunde las actividades de autoproducción para el consumo mediante la capacitación sobre prácticas sencillas que permiten aprovechar los recursos del hogar y los productos naturales elaborando productos de uso personal y de limpieza para el hogar, así como sencillas reparaciones domésticas y actividades para la economía de traspatio.

El subprograma CULTURA DE CONSUMO, fomenta entre la población, la adopción de una actitud reflexiva, selectiva, crítica y participativa, para la modificación de los hábitos y patrones de consumo, que les permita definir opciones y oportunidades racionales de compra, que eleven la calidad de vida, preservando los recursos productivos del país y el medio ambiente.

Las actividades de Organización de consumidores se llevan a cabo con amas de casa , niños, profesores, sociedades de padres de familia, población de tercera edad, jóvenes y población de condición social especial que se acerca

a PROFECO para integrarse a las actividades en materia de educación para el consumo.

3.8. ACCION POPULAR.

La acción popular la definiremos como un derecho consagrado en la Constitución brasileña que legitima a cualquier ciudadano, para solicitar la anulación o declaración de nulidad de actos lesivos contra el patrimonio de la Unión, Estados y Municipios.

Básicamente esta acción se creó para proteger y defender derechos de difícil protección tales como: el medio ambiente, preservación de valores estéticos, históricos y otros derechos difusos.

En nuestro país existen este tipo de acciones especificadas en la Ley General de Salud, Ley de Salud para el D.F., y la Ley Reglamentaria del artículo 5 Constitucional relativo al ejercicio de las Profesiones en el D. F.; más sin embargo, en materia de protección al consumidor este tipo de acciones es difícil de adaptarlos a nuestro país, y se puede considerar más como una denuncia o un aviso a la PROFECO cuando alguna persona esta atentando contra el derecho de consumo, para que esta autoridad actúe conforme a derecho, aunque la persona que así lo realice, no obtenga un beneficio de manera directa; y es que en la práctica así sucede, pues esa es una obligación de la PROFECO.

Podemos decir que la acción popular (acao popular o actio popularis) al igual que la "class action", es la acción de un consumidor en defensa de todos los consumidores contra quien esta atentando contra el derecho de consumo.

3.9. ACCION DE CLASE.

Esta forma de defender al consumidor, surge en el Derecho Anglosajón, en Estados Unidos y la Gran Bretaña, aunque en el primero es donde se da mayor auge a este tipo de acciones en conjunto. Surge primordialmente como una respuesta a los productos defectuosos que inundaron el mercado Estadounidense a mediados de los sesentas, y que obligan a los consumidores a acudir a los tribunales para exigir la reparación de los daños causados por el proveedor.

Las características de las class actions, según Enrique Vescovi y Angel Landoni son: ⁴¹

- a) Un gran número de personas que hagan impráctico la separación de los litigios.
- b) Presuponen un objeto del juicio con límites más amplios que aquellos que se podrían inferir de la situación subjetiva del propio actor.

⁴¹ "REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO EN MEXICO". Tomo XXXIV. Nums. 133, 134, 135. Enero - Junio. México 1984

- c) Una reclamación típica, eso es la pretensión de una situación jurídica también común a todos los integrantes de la clase.
- d) Que los que se presenten manifiesten una adecuada representación.
- e) Basándose en la ficción de la participación en el juicio de todas las partes ponenciales, la decisión tiene efecto vinculante respecto de todos los pertenecientes a la clase.

En nuestro derecho existe una figura jurídica que habla al respecto y la cual es la conexidad. (artículo 39 del Código de Procedimientos Civiles para el D. F.).

3. 10. FISCALIA ESPECIAL.

Este es un organismo que crean los países para la defensa de los derechos sociales, en este caso el derecho de los consumidores. Dependiendo de los países encontraremos diferentes nombres, y funciones que desempeñan, así por ejemplo se pueden encontrar las Prokuratoras en los países socialistas, las cuales únicamente mencionamos y no ahondamos, por no existir bibliografía suficiente al respecto; también encontramos en nuestro continente organismos con competencia en la materia, tal es el caso de la Procuraduría del Consumidor en Brasil.

Algunos otros países como Uruguay han creado un organismo específico, en este caso el Cuerpo Especial de Prevención y Represión de Delitos Económicos (CEPYRDE), el cual interviene por propia iniciativa o por denuncia judicial.

En Alemania existe el Comité del Consumidor, en Bélgica existe el Consejo de Consumo, en Holanda esta el Comité para Asuntos del Consumidor y el Comité Interministerial para la Protección de los Consumidores, que desde 1974 coordina la actividad del gobierno, en los distintos campos de interés para el consumo.

En Francia opera el Instituto Nacional del Consumo, como establecimiento autónomo, en Suiza funciona la Comisión Federal de Consumo que esta integrada por consumidores, empresarios y especialistas en economía, y la Oficina Federal del Consumo.

CAPITULO IV.

EL DERECHO DE PROTECCION DE LOS CONSUMIDORES EN MEXICO.

Pensamos que en nuestro país, se ha percibido al consumidor como un individuo aislado, como una persona muy especial y distinta a las demás, sin darnos cuenta que en realidad todos nosotros somos consumidores, aunque no nos percatemos de ello; en esto no ha logrado acertar el Estado pues se nota insuficiente el esfuerzo de control y vigilancia de los Derechos del Consumidor.

Si bien es cierto que la Protección al Consumidor cada día se difunde con mayor ahínco, también es cierto que sólo es un medio para darse el lugar y la importancia que representa, faltando aún más por lograr y que esta en nuestras manos realizarlo.

Por eso a continuación expondremos algunos puntos de vista que sustentan nuestras propuestas, para lograr una adecuada y expedita protección a los Derechos del Consumidor que en la actualidad debe ser más reconocida y aceptada la idea por el Derecho y sobre todo por nuestros legisladores, ya que esta tiene gran relevancia para la vida económica, social y política de cualquier país en especial en el nuestro debido a las tendencias económicas de los últimos doce años.

Creemos que una adecuada protección al consumidor no se refleja con muchas y diversas leyes sino con pocas, pero que regulen adecuadamente la relación entre consumidor y proveedor, pues una excesiva protección degenera en un daño al consumidor; a quien hay que proporcionarle los medios adecuados para su defensa.

Pensamos también que una prova, diligente y puntual actuación de la PROFECO, como autoridad preventiva y única, podría generar un mejor servicio y protección al consumidor con más atención a todas las quejas de los consumidores

La protección al consumidor debe llevarse a cabo en todo el país y no sólo en las grandes ciudades, sino principalmente en los municipios y/o zonas marginales o pobres, donde todavía existe el caciquismo y en los cuales se obliga a veces a los trabajadores de un determinado lugar a consumir ciertos productos en determinada tienda o en su propia tienda de raya, después de ser explotados por el cacique. Y es que si se presentan menos quejas o denuncias en los poblados o pequeñas ciudades, no significa que no existan tales abusos por los proveedores en dichos lugares, esto se refiere a que la gente no conoce sus derechos ni la manera de aplicarlo.

Otra propuesta sería, una mayor información o difusión del Derecho de Protección al Consumidor, incluyendo la enseñanza del mismo, con la difusión en las escuelas, así los niños aprenderán acerca de la tecnología y los requisitos mínimos que deben cumplir en cuanto a funcionamiento y servicio (s) que preste, la adquisición de bienes o servicios, principalmente

los considerados de primera necesidad o básicos; y en último término los servicios de lujo.

La imposición de sanciones quizás más severas, pero aplicadas legalmente generarían menos abusos por parte de los proveedores; no sólo se le puede considerar a la sanción como medida retributiva, sino como una medida preventiva y quizás también como una medida para resarcir el daño causado.

También debe protegerse más la salud del consumidor, a través de artículos más explícitos o claros al respecto en la propia Ley Federal de Protección al Consumidor. Como una prohibición de carácter general contra los riesgos que puedan afectar a la salud o seguridad de aquellos sujetos, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Los productos, actividades y servicios puestos en el mercado a disposición de los consumidores o usuarios no impliquen riesgos para la salud o seguridad para los consumidores, salvo lo usual o reglamentariamente admitidos en condiciones normales y previsibles de utilización.
- b) El carácter general. Los riesgos susceptibles de provenir de una utilización previsible de bienes y servicios, habida cuenta de su naturaleza y de las personas a las que van destinados, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores o usuarios por medios apropiados.

Uno de los puntos más importantes, creemos que es él referente a que el consumidor actúe y tenga el deber moral y la convicción de defender sus derechos hasta sus últimas consecuencias y evitar que se sigan cometiendo abusos por parte de los proveedores.

Haremos una breve referencia acerca de la Normas Oficiales Mexicanas (NOM'S), relativas a la protección del consumidor, ya que es evidente que se ha intensificado la inspección y verificación para el cumplimiento de las mismas que de acuerdo con la facultad que le concede el artículo 24 fracción XIV de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a continuación mencionamos:

Art. 24. - "La Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

Fracción 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".

En los últimos 6 años ha existido un marcado aumento de trabajo legislativo referente a restricciones en productos, bienes y servicios, tanto en comercio interior como exterior, en el cual en este último México ha tenido un aumento sumamente notable a sus exportaciones por lo que sus productos deben de cumplir con las NOMS para tener cierta competencia en el mercado.

Un aspecto muy notable, es el sector que puede servirnos de referencia y es que en materia o en el área Turística de México solamente existen 7 NOMS, con inspección directa de la PROFECO, sector que debe de ser de mayor verificación de la Procuraduría ya que las necesidades actuales de nuestro país de captación de recursos recaen en este sector, el cual necesita un mayor crecimiento.

Agregamos para tal efecto un Anexo, en el cual se podrán observar y verificar las Normas Oficiales Mexicanas competencia de la PROFECO, de fecha 26 de Febrero del 2001.

De lo anterior podemos concluir que resulta importante verificar el contenido de las NOMS aplicables a toda clase de productos, bienes y servicios, a efecto de dar cumplimiento a las disposiciones contempladas en éstas mismas y, así, evitar gastos innecesarios.

Tenemos plena confianza en que el Derecho de los Consumidores cada vez será defendido por autoridades y por los interesados y que con la voluntad de todos la Procuraduría Federal del Consumidor mejorará su servicio y será grande de una feliz convivencia.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

CONCLUSIONES.

PRIMERA. La protección a los consumidores tiene en México raíces precortesianas. Ya desde los aztecas existía la protección al consumidor a través de la historia de nuestro país, desde los aztecas con sus comerciantes quienes eran llamados "pochtecas" y ase organizaban en agrupaciones para llevar sus productos a distintos lugares; nos hacen mención de sus tipos de mercados que tenían. Y también tenían su tribunal que se conformaba de doce jueces quienes residían en el mercado y tomaban decisiones en forma sumaria y rápida contra los comerciantes abusivos. Así nos damos cuenta que dentro del Derecho Azteca ya existía la Protección a los consumidores.

Postura reforzada durante la colonia por la Casa de Contratación de Sevilla, en la Nueva España que controlaba el comercio entre España y las tierras descubiertas por Colón. Ya en el Siglo XIX tiene más importancia nuestra historia jurídica por que se crean leyes tales como los Códigos de Comercio, los cuales regulaban la actividad comercial de nuestro país.

SEGUNDA. Así hacemos referencia de que en México se creó por primera vez una Ley Federal de Protección al Consumidor de fecha 22 de Diciembre de 1975, estando en turno el Presidente Luis Echeverría quien creó la "Exposición de Motivos de la iniciativa para crear la Ley Federal de Protección al Consumidor". Así con el surgimiento de dicha Ley se crea la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), organismo que hasta la fecha se encarga de procurar el cumplimiento de dicha Ley.

TERCERA. Con el tiempo tal Ley fue abrogada por diversos motivos entre los cuales la fusión del Instituto Nacional del Consumidor (INCO), ofreciendo orientación y asesoría, recepción de quejas, conciliación, entre otros servicios. Así continuamos con la existencia de la Protección a los Consumidores en la actualidad.

CUARTA. Establecimos que la relación jurídica de consumo como vínculo legal que existe entre proveedor y consumidor, donde se establece derechos y obligaciones, así como sanciones, interviniendo en dicha relación dos sujetos (consumidor y proveedor).

El concepto de consumidor en México, debe tener un mayor desarrollo dentro de la sociedad y en particular el Derecho; por la trascendencia en la economía nacional al adquirir un bien o servicio. Respecto al proveedor entendemos por tal, a la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda el uso, disfrute de bienes, productos y servicios.

QUINTA. Por otra parte el Estado planeará, conducirá y orientará la actividad económica nacional, y llevará a cabo la regulación y fomento de actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga la Ley Suprema, mismo que creará una legislación protectora de las capas populares, permitiendo desarrollar su acceso al consumo, es decir, creará leyes que la van a regular. También interviene en dicha relación de consumo por los productos y servicios que ofrece.

Siendo el consumidor la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final de bienes, productos o servicios. Sin necesidad

de formalismos por el simple hecho de acudir a un lugar o establecimiento y adquirir un bien o servicio, con esto adquirimos los beneficios que la Ley Federal de Protección al Consumidor otorga.

SEXTA. También se hizo una exposición de derecho comparado, con los medios que existen para la protección de los consumidores en otros países, tales como el Ombudsman en Suecia, las asociaciones de consumidores y la acción popular sobre todo en países anglosajones, la acción de clase y una pequeña mención sobre las fiscalías especiales.

SEPTIMA. Se analizó el desempeño de la PROFECO como un organismo creado para la protección del consumidor, su atención, asesoramiento, entre otros servicios. En nuestro país contamos con una Ley Federal de Protección al Consumidor, más y deriva de su aplicación un organismo, que es la Procuraduría Federal de Consumidor (PROFECO), que se encarga de aplicar y hacer cumplir esa ley.

Podemos percatarnos que la creación de una ley que protegiera los derechos de una parte de la población era necesaria, por lo cual surgió dicha ley, pero por cuestiones de practicidad y de delimitar el alcance de la misma, surgió la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor.

La Procuraduría Federal del Consumidor, como lo hemos mencionado, es el órgano encargado de aplicar la L.F.P.C. y sus atribuciones están contenidas en el artículo 24 de dicha Ley.

OCTAVA. La Procuraduría Federal del Consumidor, bajo la Coordinación de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, será responsable de la inspección, vigilancia y sanción respecto de los precios máximos que se determinen conforme a este artículo, de acuerdo con lo que dispone la Ley Federal de Protección al Consumidor.

NOVENA. La PROFECO en nuestro país, lleva a cabo el Programa Nacional de Organización de los Consumidores a través de la constitución de los Comités de Defensa y Protección de los consumidores.

En cuanto a la fiscalía especial, este es un organismo que crean los países para la defensa de los derechos sociales, en este caso el derecho de los consumidores.

ANEXO.

RELACION DE NORMAS OFICIALES MEXICANAS COMPETENCIA DE PROFECO.⁴²

	NORMA	ESPECIFICACION
1	NOM-001-SCFI-1993	Aparatos electrónicos de uso doméstico de energía eléctrica. Requisitos de seguridad y métodos de prueba para la aprobación de tipo. Publicada en el DOF 13-10-1993.
2	NOM-002-SCFI-1993	Productos preenvasados. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación. Publicada en el DOF 13-10-1993.
3	NOM-003-SCFI-1993	Requisitos de seguridad en aparatos electrodomésticos y similares. Publicada en el DOF 13-10-1993.
4	NOM-004-SCFI-1994	Información comercial. Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios. Publicada en el DOF 24-01-1996.
5	NOM-005-SCFI-1994	Instrumentos de medición, sistema para medición y despacho de gasolina y otros combustibles líquidos. Publicada en el DOF 30-03-1998.
6	NOM-006-SCFI-1994	Bebidas alcohólicas. Tequila. Especificaciones. Publicada en el DOF 03-09-1997.
7	NOM-007-SCFI-1997	Instrumentos de medición, taxímetros electrónicos. Publicada en el DOF 09-09-1998.
8	NOM-008-SCFI-1993	Sistema general de unidades de medida. Publicada en el DOF 14-10-1993.
9	NOM-009-SCFI-1993	Instrumentos de medición, esfignomanómetros de columna de mercurio y de elemento sensor elástico para medir la presión sanguínea del cuerpo humano. Publicada en el DOF 13-10-1993.

10	NOM-010-SCFI-1994	Instrumentos de medición, para pesar, de funcionamiento no automático. Requisitos técnicos y metroológicos. Publicada en el DOF 09-06-1999.
11	NOM-011-SCFI-1993	Instrumentos de medición, termómetros de líquido en vidrio para usos generales. Publicada en el DOF 15-10-1993.
12	NOM-012-SCFI-1994	Medición de flujo de agua en conductos cerrados de sistemas hidráulicos. Medidores para agua potable fría, especificaciones. Publicada en el DOF 29-10-1997.
13	NOM-013-SCFI-1993	Instrumentos de medición, manómetros con elemento elástico. Especificaciones. Publicada en el DOF 14-10-1993.
14	NOM-014-SCFI-1997	Medidores de desplazamiento positivo tipo diafragma para gas natural o LP. Publicada en el DOF 23-10-1998.
15	NOM-015-SCFI-1998	Información comercial, etiquetado en juguetes. Publicada en el DOF 05-03-1999.
16	NOM-016-SCFI-1993	Aparatos electrónicos de uso en oficina y alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica, requisitos de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 14-10-1993.
17	NOM-017-SCFI-1993	Información comercial, etiquetado de artículos reconstruidos, o de segunda mano, discontinuados y fuera de especificaciones. Publicada en el DOF 29-10-1993.
18	NOM-018-SCFI-1993	Recipientes portátiles para contener gas LP, válvulas. Distribución y consumo del gas LP. Publicada en el DOF 14-10-1993.
19	NOM-019-SCFI-1994	Seguridad en equipo de procesamientos de datos. Publicada en el DOF 11-12-1998.

20	NOM-020-SCFI-1997	Información comercial, etiquetado de cuero y pieles naturales y materiales sintéticos con esa apariencia, calzado y los productos elaborados con dichos materiales. Publicada en el DOF 27-04-1998.
21	NOM-021SCFI-1993	Recipientes sujetos a presión, para contener gas LP no portátil; los destinados a plantas de almacenamiento, para depósito de combustible en motores de combustión interna, para instalaciones de aprovisionamiento final de gas, y para transporte del gas. Publicada en el DOF 14-10-1993.
22	NOM-022-SCFI-1993	Calentadores instantáneos de agua para uso doméstico, gas natural o LP. Publicada en el DOF 14-10-1993.
23	NOM-023-SCFI-1993.	Aparatos domésticos para cocinar alimentos que utilizan gas. Especificaciones y métodos de prueba. Publicada en el DOF 21-01-1994.
24	NOM-024-SCFI-1988	Información comercial para empaques, de productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos. Publicada en el DOF 15-01-1999.
25	NOM-027-SCFI-1993	Calentadores para agua tipo almacenamiento a base de gases licuados de petróleo o gas natural. Publicada en el DOF 15-10-1993.
26	NOM-028-SCFI-1993	Información comercial, sobre promociones coleccionables y en las que interviene el azar. Publicada en el DOF 07-01-1994.
27	NOM-029-SCFI-1998	Prácticas comerciales, requisitos informativos para la comercialización del tiempo compartido. Publicada en el DOF 29-01-1999.
28	NOM-030-SCFI-1993	Información comercial, declaración de cantidad en la etiqueta, especificaciones. Publicada en el DOF 29-10-1993.

29	NOM-033-SCFI-1994	Información comercial, alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio. Publicada en el DOF 21-12-1995.
30	NOM-035-SCFI-1994	Criterios de información para los sistemas de ventas fuera de local comercial. Publicada en el DOF 01-07-1994.
31	NOM-036-SCFI-1994	Elementos informativos para la contratación de servicios funerarios. Publicada en el DOF 13-07-1994.
32	NOM-037-SCFI-1994	Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores. Publicada en el DOF 08-07-1994.
33	NOM-040-SCFI-1994	Instrumentos de medición rígidos, reglas graduadas para medir longitud, uso comercial. Publicadas en el DOF 06-11-1997.
34	NOM-041-SCFI-1997	Instrumentos de medición, volumétricas metálicas, cilíndricas para líquidos. Publicada en el DOF 09-12-1998.
35	NOM 042-SCFI-1997	Instrumentos de medición, volumétricas metálicas con cuello graduado para líquidos. Publicada en el DOF 09-12-1998.
36	NOM-044-SCFI-1999	Instrumentos de medición, wathorímetros electromecánicos, definiciones, características y métodos de prueba. Publicada en el DOF 13-09-1999.
37	NOM-046-SCFI-1999	Instrumentos de medición, cintas métricas de acero y flexómetros. Publicada en el DOF 24-08-1999.
38	NOM-048-SCFI-1997	Instrumentos de medición, relojes registradores de tiempo, alimentados con diferentes fuentes de energía. Publicada en el DOF 30-11-1998.
39	NOM-050-SCFI-1994	Información comercial, disposiciones generales para productos. Publicada en el DOF 24-01-1996.

40	NOM-051-SCFI-1994	Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Publicada en el DOF 24-01-1996.
41	NOM-053-SCFI-1994	Elevadores eléctricos de tracción para pasajeros y carga, especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 20-02-1998.
42	NOM-054-SCFI-1998	Utensilios domésticos, ollas de presión, seguridad. Publicada en el DOF 04-09-1998.
43	NOM-055-SCFI-1993	Información comercial, materiales retardantes y/o inhibidores de flama, etiquetado. Publicada en el DOF 08-12-1994.
44	NOM-058-SCFI-1994	Productos eléctricos, requisitos de seguridad para balastos para lámparas de descarga eléctrica en gas. Publicada en el DOF 06-03-1996.
45	NOM-063-SCFI-1994	Productos eléctricos, conductores, requisitos de seguridad. Publicada en el DOF 21-10-1996.
46	NOM-064-SCFI-1994	Aparatos eléctricos, requisitos de seguridad en luminarios para uso en interiores y exteriores. Publicada en el DOF 30-10-1995.
47	NOM-067-SCFI-1994	Requisitos de información para los prestadores de servicios de tintorería, lavandería, planchaduría y similares. Publicada en el DOF 20-04-1995.
48	NOM-068-SCFI-1994	Requisitos de información en la prestación del servicio de reparación y mantenimiento de automóviles en agencias o locales establecidos. Publicada en el DOF 24-03-1995.
49	NOM-070-SCFI-1994	Bebidas alcohólicas, mezcal, especificaciones. Publicada en el DOF 12-06-1997.
50	NOM-071-SCFI-1994	Elementos normativos para la contratación de servicios de atención médica por cobro directo. Publicada en el DOF 04-08-1995.

51	NOM-073-SCFI-1994	Eficiencia energética de acondicionadores de aire tipo cuarto, límites, métodos de prueba y etiquetado. Publicada en el DOF 08-09-1994.
52	NOM-084-SCFI-1994	Información comercial, especificaciones de información comercial y sanitaria para productos de atún y bonita preenvasados. Publicada en el DOF 22-09-1995.
53	NOM-085-SCFI-1994	Criterios informativos para el servicio de reparación de aparatos electrodomésticos. Publicada en el DOF 13-09-1995.
54	NOM-086-SCFI-1995	Industria hulera, llantas para automóvil, especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 02-09-1996.
55	NOM-090-SCFI-1994	Encendedores portátiles, desechables y recargables. Especificaciones de seguridad. Publicada en el DOF 08-01-1996.
56	NOM-093-SCFI-1994	Válvulas de relevo de presión operadas con resorte y piloto, fabricadas de acero y bronce. Publicada en el DOF 08-12-1997.
57	NOM-110-SCFI-1995	Prácticas comerciales e información en la prestación de servicios para el embellecimiento físico. Publicada en el DOF 21-08-1996.
58	NOM-113-SCFI-1995	Líquido para frenos hidráulicos empleado en vehículos automotores. Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 28-01-1998.
59	NOM-114-SCFI-1995	Gatos hidráulicos tipo botella, especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 18-08-1997.
60	NOM-116-SCFI-1997	Industria automotriz, aceites lubricantes para motores a gasolina o a diesel, información comercial. Publicada en el DOF 04-05-1998.

61	NOM-117-SCFI-1997	Lineamientos informativos para la venta de muebles de línea y sobre medida. Publicada en el DOF 28-04-1997.
62	NOM-118SCFI-1995	Industria cerillera, cerillos y fósforos; especificaciones de seguridad. Publicada en el DOF 11-08-1997.
63	NOM-119-SCFI-1996	Industria automotriz, vehículos automotores, cinturones de seguridad, especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 11-08-1997.
64	NOM-120-SCFI-1996	Información comercial, etiquetado de productos agrícolas, uva de mesa. Publicada en el DOF 22-11-1996.
65	NOM-121-SCFI-1996	Industria hulera, cámaras para llantas neumáticas de vehículos automotores y bicicletas, especificaciones de seguridad y métodos de prueba. Publicada en el DOF 11-06-1997.
66	NOM-122-SCFI-1997	Prácticas comerciales, requisitos de información en la compraventa y consignación de vehículos usados. Publicada en el DOF 06-05-1998.
67	NOM-124-SCFI-1997	Elementos informativos para la contratación de servicio de arrendamiento de vehículos. Publicada en el DOF 06-05-1998.
68	NOM-125-SCFI-1998	Prácticas comerciales, requisitos mínimos de información para la prestación de servicios de autotransporte de carga. Publicada en el DOF 23-10-1998.
69	NOM-126-SCFI-1998	Prácticas comerciales, requisitos mínimos de información para la prestación de servicios fotográficos y grabación de vídeo. Publicada en el DOF 23-10-1998.

70	NOM-130-SCFI-1998	Requisitos de información para servicios de remozamiento y mantenimiento de inmuebles y muebles que se encuentran en los mismos. Publicada en el DOF 02-02-1999.
71	NOM-131-SCFI-1998	Determinación, asignación e instalación del número de identificación vehicular, especificaciones. Publicada en el DOF 06-07-1998.
72	NOM-132-SCFI-1998	Talavera, especificaciones. Publicada en el DOF 25-11-1998.
73	NOM-001-EDIF-1994	Que establece las especificaciones y métodos de prueba para los inodoros de uso sanitario. Publicada en el DOF 14-03-1994.
74	NOM-002-EDIF-1994	Que establece las especificaciones y métodos de prueba para válvulas de admisión y de descarga en tanques de inodoro. Publicada en el DOF 14-03-1994.
75	NOM-001-ENER-1995	Eficiencia energética de bombas verticales tipo turbina con motor externo, límites y método de prueba. Publicada en el DOF 22-12-1995.
76	NOM-002-ENER-1995	Eficiencia térmica de calderas paquete, especificaciones y método de prueba. Publicada en el DOF 26-12-1995.
77	NOM-003-ENER-1995	Eficiencia térmica de calentadores de agua para uso doméstico y comercial. Publicada en el DOF 07-11-1995.
78	NOM-004-ENER-1995	Eficiencia energética de bombas centrífugas para bombeo de agua para uso doméstico en potencias de 0,187 kw a 0,746 kw. Límites, método de prueba y etiquetado. Publicada en el DOF 22-12-1995.
79	NOM-005-ENER-1995	Eficiencia energética de lavadoras de ropa electrodomésticas, límites, método de prueba e información al público. Publicada en el DOF 11-07-1996.

80	NOM-014-ENER-1997	Eficiencia energética de motores de corriente alterna, monofásicos, de inducción, tipo jaula de ardilla, de uso general en potencia nominal de 0,180 a 1,500 kw. Límites, método de prueba y marcado. Publicada en el DOF 17-07-1998.
81	NOM-015-ENER-1997	Eficiencia energética de refrigeradores y congeladores electrodomésticos, límites, métodos de prueba y etiquetado. Publicada en el DOF 11-07-1994.
82	NOM-016-ENER-1997	Eficiencia energética de motores de corriente alterna trifásicos, de inducción, tipo jaula de ardilla, de uso general, límites, métodos de prueba y marcado. Publicada en el DOF 17-06-1998.
83	NOM-01-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje. Publicada en el DOF 21-02-1999.
84	NOM-02-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a agencias de viajes. Publicada en el DOF 22-01-1999.
85	NOM-03-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de alimentos y bebidas. Publicada en el DOF 01-02-1999.
86	NOM-04-TUR-1999	De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos. Publicada en el DOF 03-02-1999.

87	NOM-05-TUR-1998	Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio. DOF 31-07-1998.
88	NOM-07-TUR-1996	De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios. Publicada en el DOF 08-08-1996.
89	NOM-010-TUR-1999	De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios – turistas. Publicada en el DOF 27-07-1999.
90	NOM-003-SSA1-1993	Salud ambiental, requisitos sanitarios que debe satisfacer el etiquetado de pinturas, tinta, barnices, lacas y esmaltes. Publicada en el DOF 21-08-1994.
91	NOM-141-SSA1-1995	Bienes y servicios, etiquetado para productos de perfumería y belleza preenvasados. Publicada en el DOF 18-06-1997.
92	NOM-142-SSA1-195	Bienes y servicios, bebidas alcohólicas, especificaciones sanitarias, etiquetado sanitario y comercial. Publicada en el DOF 09-07-1997.
93	NOM-016-SCT-2-1996	Industria hulera, llantas para camión, especificaciones y métodos de prueba. Publicada en el DOF 03-11-1997.
94	NOM-Z-12/2-1987	Muestreo para la inspección por atributos parte 2; métodos de muestreo, tablas y gráficas. Publicada en el DOF 28-10-1987.

⁴² http://www.profeco.gob.mx/juridico/mj_norms.htm. De fecha 7 de marzo de 2001.

BIBLIOGRAFÍA

1. ARNAIZ AMIGO, Aurora; "ESTRUCTURA DEL ESTADO". Miguel Angel Porrúa Editor, México, 1997.
2. BARRERA GRAF, Jorge; "TRATADO DE DERECHO MERCANTIL". Porrúa, 3ª Edición, México, 1990.
3. BOTANA GARCÍA, Gemma Alejandra; "LOS CONTRATOS REALIZADOS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES". José María Bosch Editor, Barcelona España, 1994.
4. CANAL, Julio De La; "DICCIONARIO DE SINÓNIMOS E IDEAS A FINES"; CECSA, México, 1982.
5. CARRASCO, Pedro; "HISTORIA ECONÓMICA DE MÉXICO". Fondo de Cultura Económico, México, 1989.
6. CARABES TORRES, Flores; "HISTORIA ACTIVA DE MÉXICO". Progreso. 5ta. Edición, México, 1979.
7. ESQUIVEL OBREGÓN, Toribio; "APUNTES PARA LA HISTORIA DEL DERECHO EN MÉXICO". Porrúa. Tomos I y II. 2ª Edición, México, 1984.
8. GESSO CABRERA, Ana María Del, "LA LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. ENSAYO Y ANALISIS DEL DISCURSO". Ediciones Coyoacán, México, 1997.

9. GONZÁLEZ, María; "ANUARIO MEXICANO DE HISTORIA DEL DERECHO". Tomo II. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM, México, 1990.
10. HOYO, Arturo Del; "DICCIONARIO DE PALABRAS Y FRASES EXTRANJERAS EN EL ESPAÑOL MODERNO"; Aguilar, 1ª reimpresión, Madrid, España, 1990.
11. IHERING, Rudolf; "LA LUCHA POR EL DERECHO". Porrúa. México, 1989.
12. KATZ, Friedrich; "SITUACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA DE LOS AZTECAS DURANTE LOS SIGLOS XV Y XVI". UNAM, México, 1996.
13. LARES ROMERO, Víctor Hugo; "EL DERECHO DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES EN MÉXICO". UAM, Azcapotzalco, México, 1991.
14. OJEDA VELÁZQUEZ, Jorge; "DERECHO PUNITIVO". Trillas, México, 1993.
15. OVALLE FAVELA, José; "COMENTARIOS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR". Mc, Graw Hill, 2ª Edición. México, 1995.
16. PLASCENCIA VILLANUEVA, Raúl; "LOS DELITOS CONTRA EL ORDEN ECONÓMICO". UNAM, México, 1995.
17. PORRÚA PEREZ, Francisco; "TEORIA DEL ESTADO". Porrúa, 24ª Edición. México, 1991.
18. RANGEL COUTO, Hugo; "DERECHO ECONÓMICO". Porrúa, México, 1988.

19. ROUSSEAU, Juan Jacobo; "EL CONTRATO SOCIAL". SARPE, Madrid, España, 1983.
20. SÁNCHEZ CORDERO DÁVILA, Jorge A.; "LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR" Nueva Imagen, México, 1981.
21. SERRA ROJAS; Andrés; "DERECHO ECONÓMICO". Porrúa, México, 1981.
22. VEGA MERE, Yuri; "CONSUMIDOR, CONTRATO Y SOCIEDAD POSTINDUSTRIAL". Fondo de Desarrollo Editorial. Lima, Perú, 1998.

LEGISLACION.

1. "CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS". 131ª edición, Porrúa, México, 2000.
2. "CÓDIGO DE COMERCIO", 68ª edición, Porrúa, México, 2000.
3. "LEY FEDERAL DEL COMERCIO EXTERIOR", 68ª edición, Porrúa, México, 2000.
4. "LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA", 68ª edición, Porrúa, México, 2000.
5. "LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR", 25ª edición, Porrúa, México, 2000.

REVISTAS.

1. BRISEÑO SIERRA, Humberto, "LA DEFENSA JURIDICA DEL CONSUMIDOR", Revista de la Facultad de Derecho en México, Tomo XXXIV, Núm. 133, Enero – Junio 1984.
2. CABRERA ACEVEDO, Lucio, "LOS SISTEMAS DE PROTECCION AL INTERES COLECTIVO DE LOS CONSUMIDORES Y A OTROS INTERESES COLECTIVOS EN MEXICO", Revista de la Facultad de Derecho en México, Tomo XXXIV, Núm. 133, Enero – Junio, 1984.
3. GELSI BIDART, Adolfo, "INTERESES DIFUSOS Y DERECHO PROCESAL", Revista de la Facultad de Derecho en México, Tomo XXXV, Núm. 142, Julio – Diciembre 1983.
4. LANDONISOSA, Angel, "LOS SISTEMAS DE PROTECCION AL INTERES DE LOS CONSUMIDORES Y OTROS INTERESES COLECTIVOS", Revista de la Facultad de Derecho en México, Tomo XXXIV, Núm. 133, Enero – Junio, 1984.
5. VESCOVI, Enrique, "SISTEMAS DE PROTECCIÓN AL INTERES DE LOS CONSUMIDORES Y OTROS INTERESES COLECTIVOS", Revista de la Facultad de Derecho en México, Tomo XXXIV, Núm. 133, Enero – Junio, 1984.

OTROS.

1. "ENCICLOPEDIA SALVAT", Sivat Editores, Tomo 7, 1976.
2. "DICCIONARIO JURIDICO MEXICANO", Instituto de Investigaciones Jurídicas, 4ª edición, México, 1991.

CIBERGRAFÍA

<http://www.profeco.gob.mx/profeco1.htm>. de fecha 15 de junio de 2000.

http://www.profeco.gob.mx/juridico/mj_norms.htm. de fecha 07 de marzo de 2001.