

LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA INTERPRETACIÓN LEGAL Y CONSTITUCIONAL

Eréndira SALGADO LEDESMA*

SUMARIO: I. *Introducción*. II. *El derecho del consumo o del consumidor*. III. *El sujeto de la protección*. IV. *Razón de la protección*. V. *Su protección legal*. VI. *De la protección legal a la protección constitucional*. VII. *La protección del consumidor en la interpretación judicial*. VIII. *Conclusión*. IX. *Bibliografía*.

I. INTRODUCCIÓN

Hace un poco más de treinta años que inicié los estudios de posgrado. En la División, que en ese entonces impartía el doctorado sólo en la modalidad presencial, tuve la fortuna de contar con maestros de excelencia, que contribuyeron a mi formación académica. Con especial afecto recuerdo la cátedra del doctor Jorge Witker Velásquez. Viene a mi memoria su jovialidad —uno de los atributos destacados de su carácter—, además de su bonhomía y su trato siempre amable (aun y cuando él ya era él, y nosotros apenas empezábamos a ser yo).¹

Estos distintivos los ha sabido conservar a lo largo del tiempo; sigue siendo un espíritu positivo y genuino.

* Licenciada, maestra y doctora en derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México. Especialista en amparo y función judicial por el Instituto de la Judicatura Federal; en derechos fundamentales y garantías constitucionales por la Universidad Castilla-La Mancha de Toledo, y diplomada en administración y empresas públicas por el CIDE. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Anáhuac México Norte. Es autora de seis libros en lo individual; de cuatro obras en coautoría y de capítulos en 23 obras colectivas. Entre ellas, *Defensa de usuarios y consumidores*, *Derecho del consumidor* y *Mediación y arbitraje*. Es catedrática de amparo en la Universidad Anáhuac y de “Defensa de usuarios y consumidores ante Profeco en la División de Posgrado en Derecho de la UNAM.

¹ Fuentes Aguirre, Armando, “Mirador”, *Reforma*, México, Nacional, 20 de mayo de 2013, p. 13.

La regulación del comercio internacional ha ocupado gran parte de su tiempo y actividad académica; sin embargo, no ha dejado de complementar esta línea de investigación con otras que se entrelazan y abonan a su comprensión, como el derecho tributario aduanero, el derecho económico y la competencia económica. En sus investigaciones tampoco podía faltar la otra cara del comercio y su razón de ser: el consumidor, así como su necesidad de protección ante los perjuicios que agentes predominantes en el mercado o prácticas comerciales abusivas pueden ocasionarle, así como los remedios para afrontarlos. En el libro *Derecho de la competencia económica en México*,² la totalidad del capítulo VI se dedica al abordaje de las prácticas desleales de comercio; la protección jurídica del consumidor, los retos que ésta plantea, y los procedimientos de solución de controversias. En el “río de la vida”, en este punto se da la confluencia entre su prolífica y destacada actividad como investigador y mi tardía incorporación a la investigación científica. A estos temas dedicaré mi colaboración en este libro-homenaje, que tiene como propósito la celebración de sus primeros y fructíferos cuarenta años como académico e investigador de nuestra máxima casa de estudios. La invitación y desarrollo de la tarea la estimo un privilegio, mismo que agradezco a los organizadores.

II. EL DERECHO DEL CONSUMO O DEL CONSUMIDOR

El denominado derecho del consumidor o derecho del consumo no es un estatuto, debido a que los consumidores o usuarios no constituyen una clase, gremio o profesión, a diferencia de los obreros y los campesinos. Por ello, algunos autores consideran sus disposiciones sólo un apartado dentro del derecho mercantil.³ Una respuesta gubernamental ante el olvido que propició que la normativa referente a dicha materia se orientara a tutelar actos y operaciones de comercio desde el punto de vista del sujeto activo, olvidándose de su contraparte en la relación de consumo, lo que propició experiencias injustas, como prácticas monopólicas, que permitieron que minorías impusieran sus condiciones a usuarios y consumidores, cuyos derechos dispersos y fragmentados no están en aptitud de fijar las condiciones del mercado, como proclama la doctrina liberal. Debido a ello, ha sido necesario crear instru-

² Witker, Jorge y Varela, Angélica, *Derecho de la competencia económica en México*, México, UNAM, Biblioteca Jurídica virtual, <http://biblio.juridicas.unam.mx>.

³ Farina, Juan, *Defensa del consumidor y del usuario. Comentario exegético de la ley 24.240 y del decreto reglamentario 1798/94*, Buenos Aires, Astrea, 1995, pp. 1-4.

mentos que compensen y equilibren la vida del hombre en colectividad. No hacerlo así sería tanto como volver a la ley del más fuerte.⁴

Y es que la legislación mercantil, desde la Colonia, tuvo como finalidad regular la actividad comercial, acorde con los procedimientos creados por los comerciantes, cuyo gremio fijaba sus propias reglas y las compilaba en estatutos y ordenanzas con sustento en facultades jurisdiccionales y legislativas que le fueron conferidas por la autoridad: ellos dictaban sus leyes, las aplicaban y resolvían los conflictos resultantes. Posteriormente, ya en la época independiente, bajo una lógica similar, las disposiciones contenidas en el Código de Comercio se redactan para satisfacer las necesidades de la clase comerciante: para ese fenómeno social y complejo llamado comercio, considerado en su función colectiva y orgánica y no en beneficio de actos aislados, que por accidente realiza el que no ha hecho de ellos su profesión habitual.⁵

Como resultado, el ordenamiento no favorece a quienes de forma esporádica realizan actividades mercantiles, sólo beneficia a los comerciantes.⁶

El derecho mercantil, como derecho de empresa, se olvidó de que ésta existe, vive y actúa para llegar de un modo u otro hasta el consumidor o usuario final. Por eso algunos autores, guiados por una visión fragmentaria, olvidaron o consideraron extraños a su regulación los derechos de quienes necesariamente dan razón de ser a la actividad del comerciante.⁷ Resulta ilusorio pensar que una regulación jurídica que nace y gira en torno a los privilegios de una de las partes en la relación comercial “caracterizada por la intención lucrativa” pretenda el beneficio de la otra; por ello, el derecho del consumidor o de la protección del consumidor, más apropiadamente, hubo de excluirse del derecho mercantil para conformarse en una nueva rama de la ciencia jurídica. Así, mediante la reforma de 1983, se introdujo en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos la protección de los consumidores a fin de favorecer su organización, y se especificaron las actividades que el Estado habría de realizar de forma exclusiva, sin sujetarlas a la concepción de los particulares. Pero si la Procuraduría Federal del Consumidor surge en 1975, ¿cómo fue que hasta una década después se incorporara la protección del consumidor en la Constitución federal?

⁴ Carrillo, Agustín, “La Procuraduría Federal del Consumidor, precursora en la defensa de los derechos sociales”, *Memoria del V Simposium Internacional por la Calidad de los Servicios Médicos y la Relación Médico-Paciente*, México, Conamed, 2000, p. 99.

⁵ Tena, Felipe, *Derecho mercantil*, 16a. ed., México, Porrúa, 1996, p. 131.

⁶ *Idem*.

⁷ Farina, Juan, *op. cit.*, nota 3, p. 2.

En su origen, la facultad legislativa en torno a la relación jurídica que se entabla entre proveedores y consumidores, en el desarrollo del proceso económico, se sustentó en lo dispuesto en el artículo 73, fracción X, de la carta federal, y con apoyo en las facultades que el artículo 71 de la misma confiere al titular del Ejecutivo. El primero establece la competencia del Congreso general para legislar en materia de comercio. El segundo faculta al presidente de la República para presentar iniciativas de ley ante la representación popular. Si la Ley Federal de Protección de del Consumidor “Ley del Consumidor” se expidió con la finalidad de regular prácticas comerciales en las que participaran las partes habituales de la relación de consumo: proveedores, comerciantes y consumidores. Si lo comercial es lo perteneciente al comercio y a los comerciantes.⁸

Si los comerciantes son las personas a quienes les son aplicables las especiales leyes mercantiles,⁹ y si las leyes mercantiles regulan los actos y prácticas de comercio. Como consecuencia, la expedición de la ley quedó dentro del marco de las atribuciones conferidas al Congreso por el Poder Constituyente en el artículo 73, fracción X, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece: “Para legislar en toda la republica sobre hidrocarburos, minería, sustancias químicas, explosivos, pirotecnia, industria cinematográfica, comercio”. Pese a ello, en sus orígenes fue tachada de inconstitucional.

Será hasta 1983, con motivo de la acentuada crisis económica, cuando el Ejecutivo federal tome decisiones tendientes a modificar las estructuras económicas obsoletas y corregir vicios y deformaciones del aparato distributivo.¹⁰ A tal fin, propone la reforma del artículo 28 constitucional para modernizar el sistema económico y la defensa del interés popular, y, entre otras medidas, eleva las normas tutelares del conglomerado consumidor a la categoría de derecho social, con el propósito de moderar la autonomía formal de la voluntad individual en beneficio de intereses superiores que importan a todo el ente público.

Así: “La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses”.

⁸ Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, en <http://www.rae.es/.htm>.

⁹ *Idem*.

¹⁰ La crisis económica identifica una serie de “dolencias” nacionales, como el decaimiento de las expectativas de crecimiento, el desequilibrio en las finanzas públicas o la inflación. Lomelín, Roberto, “Las paraestatales”, en Valadés Ríos, Diego y Ruiz Massieu, Mario (coords.), *La transformación del Estado mexicano*, México, Diana, 1989, p. 369.

III. EL SUJETO DE LA PROTECCIÓN

La Ley del Consumidor dispone que el sujeto de su protección se denomine “consumidor”, pero ¿quién o quiénes son los consumidores?¹¹ Su artículo 2, bajo *interpretación auténtica*,¹² define qué se entenderá por tal: la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta bienes, productos o servicios como destinatario final. En términos generales, la persona que satisface su necesidad con el bien o producto resultante del proceso productivo.¹³ Quien realiza la acción de consumo se denomina “consumidor”. Sin embargo, la ley también considera consumidor y sujeto a su protección “a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en el proceso de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros”,¹⁴ el consumidor intermedio.

El artículo 2, fracción I, *in fine*, lo incorpora desde la reforma de febrero de 2004,¹⁵ sólo para efectos de dejarles expeditas las vías de defensa, al considerarlos con insuficiente capacidad para resolver sus diferencias en las vías civil y mercantil, como lo hacen los proveedores mayores, pero únicamente en los casos que refieren los artículos 99 y 117. Sin embargo, ni el artículo 99 incorpora, identifica o relaciona ningún sujeto susceptible de protección ni tampoco lo hace el artículo 117, pese a la remisión que la ley efectúa. Para identificarlos debe acudirse a las disposiciones de la Ley para el Desa-

¹¹ Salgado Ledesma, Eréndira, “Cliente, consumidor o usuario, según la denominación será el nivel de protección”, *Lex. Difusión y Análisis*, núms. 90-97, noviembre de 2012.

¹² Hans Kelsen afirma que la interpretación auténtica se da cuando adopta la forma de ley o tratado internacional teniendo carácter general; es decir, cuando el derecho es creado, no sólo para un caso concreto, sino para todos los casos iguales, a diferencia de la interpretación que realizan, por ejemplo, los jueces y otras autoridades. Kelsen, Hans, “La interpretación”, pp. 348-356, <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/3/1039/16.pdf>.

¹³ Los hombres desarrollan actividad económica para obtener medios con qué satisfacer sus necesidades; cuando con dicha actividad transforman la materia que toman de la naturaleza o la ponen de cualquier otro modo en condiciones de ser utilizada, se considera que realizan actividades productivas. Véase Zamora, Francisco, *Tratado de teoría económica*, 10a. ed., México, FCE, 1971, pp. 29-35.

¹⁴ La utilidad creada por la actividad productora puede ser de tres tipos: 1. Espacial. La producción agrega a las cosas algo que no tenían: capacidad de servir. Se transportan al lugar en que serán utilizadas; 2. Temporal. Las cosas se conservan a lo largo del tiempo, lo que permite usarlas cuando se necesiten; 3. Formal. Cuando las materias primas o medio elaboradas se transforman con el propósito de darles la forma adecuada al fin al que se les destina.

¹⁵ Publicadas en el *Diario Oficial de la Federación* el 30 de diciembre de 2002 y el 26 de enero de 1998, en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/htm>.

rollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y de la Ley para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal.

La primera regula la conformación de las denominadas Mipymes: micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la industria, comercio o servicios, incluidos productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como a quienes prestan servicios turísticos y culturales con número máximo de trabajadores, dependiendo de la actividad que realicen:¹⁶

- a) Microempresas dedicadas a la industria, al comercio o a servicios: de uno a diez trabajadores.
- b) Pequeñas empresas dedicadas a la industria: de once a cincuenta trabajadores; al comercio, de once a treinta trabajadores, y a servicios, de once a cincuenta trabajadores.
- c) Medianas empresas dedicadas a la industria: de cincuenta y uno a doscientos cincuenta trabajadores; al comercio, de treinta y uno a cien trabajadores, y a servicios, de cincuenta y dos a cien trabajadores.

La segunda de las leyes reglamenta a las empresas microindustriales; dentro de ellas, las unidades económicas que se dedican a la transformación de bienes que ocupen directamente en sus procesos productivos hasta quince trabajadores, y cuyas ventas anuales estimadas o reales no excedan de los montos que determine la Secretaría de Economía, así como a los artesanos en general.¹⁷

También llama la atención que la ley denomine “consumidor” no sólo a quien consume bienes hasta agotarlos, sino incluso a quien accede al disfrute de servicios, lo que resulta adecuado si el prestador es un sujeto de derecho privado: una persona física o jurídica. No así cuando comprende el acceso a servicios públicos, pues, como bien afirma Max Weber,¹⁸ la noción *consumidor* define al sujeto que satisface ciertas necesidades fundamentales con alguna procuración determinada: la adquisición, el uso o el disfrute de bienes, y con el acceso a un servicio, siempre y cuando este último no sea de índole pública. En efecto, si se trata del disfrute de bienes o del acceso a servicios públicos, la relación entre quien los presta o suministra y quien los recibe o disfruta excede la regulación del ámbito mercantil, regido por

¹⁶ Artículo 3, fracción III, en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf>.

¹⁷ Personas con habilidades naturales o dominio técnico de un oficio, con capacidades innatas o conocimientos prácticos o teóricos que elaboran bienes u objetos (artículo 3), en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/127.pdf>.

¹⁸ Weber, Max, *Economía y sociedad*, 7a. ed., México, Fondo de Cultura Económica, 1984, pp. 46 y 47.

normas de derecho privado, pues se rompe el equilibrio entre las partes contratantes: las condiciones no son ya acordadas por las partes, sino fijadas unilateralmente en la ley o en el reglamento del servicio de que se trate,¹⁹ con independencia de si se ministran por los sectores público, social o privado. El gobernado sólo las acepta, como ocurre tratándose de los servicios sanitarios, cuyo cumplimiento y funcionamiento regular y continuo queda protegido por todo un sistema jurídico, aun cuando fueran suministrados por particulares. Así, desde la óptica publicista, se considerará usuario *no consumidor* a quien voluntaria o involuntariamente se encuentre en una relación jurídica para el uso o disfrute de una prestación, un bien o un servicio públicos.

IV. RAZÓN DE LA PROTECCIÓN

La satisfacción de las necesidades humanas es el fin último de toda actividad económica. Ésta comprende tres fases: la producción, la distribución y el consumo. Sin embargo, el oferente, más que someterse a las demandas que expresa el mercado, suele imponer sus propias elecciones, y con ello propicia una desviación, que permitirá al sistema productivo asegurar el sostén de las propias demandas que ha creado y alentado. A tal fin se apoya en la mercadotecnia y la publicidad, herramientas de promoción que tienen como finalidad aumentar el consumo de un producto o servicio (en ocasiones innecesarios). Ante esta realidad, los objetivos y alcances de la política de protección al consumidor deben inscribirse dentro de las condiciones socioeconómicas que rodean al fenómeno, ante un sistema que pone en tela de juicio la pertinencia de los postulados de la teoría económica del libre mercado (absoluta libertad de oferta y la demanda), y del consumidor individual, en el cual “La espontaneidad de la elección del consumidor; la libertad y la racionalidad de aquél, parecen bien teóricas”.²⁰

Cuando el consumidor pierde el control en la relación, ante un sistema productivo que crea y alienta necesidades y ejerce presión para sostener las propias demandas que ha generado, la visión contractualista o voluntaria de las relaciones de consumo queda privada de fundamento. Dos circunstancias inciden para que tal situación se torne una constante:²¹

¹⁹ Acosta, Miguel, *Teoría general del derecho administrativo*, 12a. ed., México, Porrúa, 1995, p. 467.

²⁰ Bourgoignie, Thierry, “El derecho comunitario del consumo”, trad. de Ana Gandolfo, en Stiglitz, Gabriel (coord.), *Defensa de los consumidores de productos y servicios (daños-contratos)*, Buenos Aires, La Rocca, 1994, pp. 423 y ss.

²¹ *Ibidem*, pp. 426-432.

- a) La insuficiencia y desequilibrio de los propios mecanismos del mercado para asegurar la protección del consumidor, y
- b) La naturaleza colectiva y el carácter difuso de sus intereses.

Así, se afirma que los desequilibrios o imperfecciones del sistema de mercado refuerzan su posición de dependencia debido a la estructura competitiva del mercado, que dista de ser perfecta; la información insuficiente; la falta de aptitud técnica y jurídica para debatir los términos de las relaciones de intercambio; el aislamiento en el cual se actúa como consumidor; la normalización de las relaciones en una sociedad de consumo de masas y la estandarización de los contratos; la multiplicidad de intermediarios; la presión por técnicas publicitarias omnipresentes y métodos de venta agresivos, y la desigualdad en el acceso a mecanismos de defensa. Por último, también contribuye a ello una tríada, que suele ensanchar el desequilibrio en la relación: la miseria, la flojera y la ignorancia.

El Ejecutivo federal sustentó la pertinencia de regular estas relaciones a fin de evitar que los agentes privados siguieran incurriendo en comportamientos mercantiles perjudiciales para el bienestar de los consumidores que afectaban el interés público.

El cambio de orientación empezaría a gestarse en México en la década de los setenta, por la crisis económica prolongada, que mermó el poder adquisitivo de los salarios de los trabajadores.

La presión ejercida por las agrupaciones obreras sustentó la pertinencia de regular las relaciones entre comerciantes y consumidores con la finalidad de evitar que los agentes privados siguieran incurriendo en comportamientos mercantiles perjudiciales para el bienestar de aquellos y el interés público. A tal fin, en 1975 dictará un paquete de medidas de política económica y legislativa para controlar precios, ventas y decisiones de producción de las empresas, destinadas a restringir y vigilar las actividades privadas con respecto de una norma de interés público, como sostienen Jorge Witker y Angélica Varela.²²

Dentro de los instrumentos regulatorios se determinó el control de precios respecto de la *canasta básica de productos*²³ (que incluso incorpora satisfac-

²² Witker, Jorge y Varela, Angélica, *Derecho de la competencia económica en el TLCAN*, México, Porrúa-UNAM, 2003, pp. 23 y 24.

²³ La *canasta básica*, según la Procuraduría Federal del Consumidor, es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona o una familia pueda cubrir sus necesidades básicas a partir de su ingreso; en otras palabras, una canasta básica es aquella que tiene todos los productos necesarios para poder tener una vida sana, tanto física como mentalmente: contiene ochenta productos y servicios, en <http://www.esmas.com/finanzaspersonales/555637.html>.

tores de naturaleza cultural) y la creación de empresas públicas; se dicta la normatividad para regular la fabricación, la comercialización y el consumo; se expiden reglamentos, restricciones y limitaciones, y se instauran sanciones pecuniarias a prácticas anticompetitivas. Todo con la finalidad de corregir las fallas del mercado y preservar el poder adquisitivo de los salarios de la clase trabajadora.

La regulación económica tomó cuerpo en normas jurídicas que tenían como fin limitar, estimular, fomentar, inducir, imponer y sancionar conductas económicas específicas, y como objetivo último: proteger valores colectivos de interés general. Así, se expedirá una ley que, frente al derecho privado, fundado en el principio de igualdad entre las partes, que supone que son libres para contratar, buscará moderar la autonomía formal de la voluntad, para salvaguardar la auténtica libertad y asegurar la justicia, lo que resulta irreal cuando en la libre contratación la igualdad de las partes es inexistente.²⁴

Finalmente, se reconocía el quebrantamiento de la igualdad de las partes en las relaciones de consumo, sostenida desde tiempo atrás en diversos países del mundo, donde las relaciones productores-comercializadores y proveedores-consumidores dejaron de regirse por los principios del libre juego del mercado y de la autonomía de la voluntad, para sujetarse a disposiciones de derecho público en beneficio de la sociedad. El sistema puso en tela de juicio la pertinencia de los postulados de la teoría económica del libre mercado. Dos circunstancias incidieron para que tal situación se tornara una constante: la insuficiencia y desequilibrio de los mecanismos del mercado para asegurar la protección del consumidor y la naturaleza colectiva y carácter difuso del interés de los consumidores.²⁵

V. SU PROTECCIÓN LEGAL

Desde el proyecto de Ley del Consumidor de 1975²⁶ se proponía regular aspectos que de manera importante y con frecuencia afectaban los intereses de los consumidores. Por ejemplo, la necesidad de inhibir la publicidad engañosa: aquella que no corresponda con las características reales del producto o servicio o el ofrecimiento de garantías o prestaciones incumplidas, al tiempo que imponía a todo proveedor de bienes o servicios la obligación de

²⁴ Salgado, Eréndira, *Defensa de usuarios y consumidores*, México, Porrúa, 2007, pp. 22 y 170.

²⁵ *Ibidem*, p. 427.

²⁶ *Diario de los Debates*, H. Cámara de Diputados, XLIX Legislatura, tercer periodo ordinario de sesiones, núm. 9, 26 de septiembre de 1975, pp. 6 y ss.

informar veraz y suficientemente sobre las ofertas y garantías y dar puntual cumplimiento a las que se hubieran obligado o comprometido. También se contempló la protección para las amas de casa inducidas a adquirir productos que exceden su capacidad económica, en ventas a domicilio con abonos, en apariencia pequeños, mediante el *derecho al arrepentimiento*: una especie de divorcio exprés en materia mercantil.

Para la observancia de los postulados de la ley se propuso la creación de una procuraduría federal dotada de atribuciones para hacer respetar los intereses de la población consumidora; representar colectivamente a los consumidores ante toda clase de proveedores de bienes y servicios; actuar como conciliador y árbitro en las diferencias entre consumidor y proveedor y para velar por el eficaz cumplimiento de las normas tutelares de los consumidores. En ese entonces, para complementar el ámbito de protección, también se propuso la creación de un instituto enfocado a reorientar las prácticas de consumo y estimular en los individuos la conciencia de su papel como agentes activos del proceso económico: el Instituto Nacional del Consumidor, a la postre subsumido en las tareas de la Procuraduría, cuyo objeto fundamental se pensó que fuera “promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad en las relaciones entre proveedores y consumidores”. Pero ¿cuáles son los derechos del consumidor? ¿Cómo se construye y promueve una cultura responsable de consumo?

A partir de su conceptualización, en la ley se establecieron ciertos principios básicos de las relaciones de consumo, y poco a poco se fueron incorporando un número siempre creciente de derechos del consumidor. Los principios básicos introducidos en la ley de 1975 se relacionan a continuación: previsión contra productos, procesos de producción y servicios peligrosos para la salud o la seguridad; información y educación que permita la toma de decisiones adecuadas; providencias contra publicidad ilícita o engañosa, y participación en el diseño y ejecución de políticas gubernamentales en temas referidos a sus intereses. Los mismos acrecieron con cada reforma, y a la fecha conforman un listado prolijo:

- a) La protección de la vida, la salud y la seguridad contra riesgos provocados por productos, prácticas en su abastecimiento y servicios considerados peligrosos o nocivos;
- b) La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de productos y servicios que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;
- c) La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio y sobre los riesgos que representen;

- d) La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;
- e) El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica (la exigibilidad y la justiciabilidad de los derechos);
- f) El otorgamiento de información y de facilidades para la defensa de los derechos;
- g) La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales y contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios;
- h) La efectiva protección en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados;
- i) El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento, y por último, pero no menos importante,
- j) La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas.

Dentro de los derechos que tutela la Procuraduría del Consumidor, incorporados en la ley, se listan los siguientes: información, educación, elección, seguridad y calidad, no discriminación, compensación, protección y reparación contra daños patrimoniales, y el genérico que engloba la razón de su creación y actuación institucional: vigilar el respeto de los derechos y las obligaciones establecidos en la ley. Éstos son coincidentes con los desarrollados en el Primer Programa de la Comunidad Económica Europea para una política de protección e información de los consumidores, del 14 de abril de 1975, y se reiteran en el Segundo Programa, del 19 de mayo de 1981, que fueron agrupados en cinco categorías fundamentales, cuyos componentes de desarrollan en los apartados siguientes:²⁷

1. *Derecho a la protección de la salud y la seguridad*

Resguarda contra productos o servicios peligrosos puestos a disposición de los consumidores. Los bienes y servicios deberán ser tales que, utilizados en condiciones normales o previsibles, no presenten peligro para la salud y

²⁷ Martínez de Aguirre y Aldaz, Carlos y Parra Lucán, María Ángeles, *Legislación básica de consumo*, 2a. ed., Madrid, Tecnos, 1994, pp. 37-82.

la seguridad. En su caso podrán retirarse del mercado mediante procedimientos rápidos y sencillos.

2. Derecho a la protección de los intereses económicos

Protege a los consumidores contra prácticas abusivas de venta o por servicios insuficientes. Deben promoverse los intereses de los grupos de consumidores específicamente más desfavorecidos e inhibirse prácticas de las empresas que puedan tener efectos negativos sobre los precios finales.

3. Derecho a la reparación de daños

Garantiza el consejo, la asistencia y la representación ante la justicia en materia de quejas y en caso de daños sufridos como consecuencia de la compra o utilización de productos defectuosos o servicios insuficientes. Comprende el derecho a la justa reparación de daños mediante procedimientos rápidos, eficaces y poco costosos, y se reconoce la gestión de los derechos inherentes por parte de organismos y agrupaciones públicos, sociales y privados.

4. Derecho a la información y a la educación

Posibilita la elección consciente e informada. Debe proveerse información suficiente a los consumidores para que estén en aptitud de elegir adecuadamente entre productos y servicios, bajo condiciones de calidad, al momento de efectuar la compra, así como brindarles los medios educativos que les permitan actuar conscientes de sus derechos y responsabilidades.

5. Derecho a consulta y representación apropiadas en la preparación de las decisiones que les afecten

Implica la promoción de los intereses de los consumidores y la concertación de todas las partes interesadas en la elaboración de nuevas orientaciones en materia de política económica y social. Debe favorecerse la promoción del consumidor como sujeto que desarrolla un papel activo en la elaboración de decisiones económicas y sociales que les afecten, así como propiciar el diálogo permanente entre consumidores-productores-distribui-

dores, por una parte, y consumidores-poder público, por la otra, en la búsqueda del equilibrio en sus relaciones. Pero toda vez que la ley distingue entre principios y derechos, ¿qué diferencia hay entre unos y otros para efectos de la protección?

A. *Los principios*

Los principios son normas de conducta que orientan la acción institucional; se ubican dentro del plano deóntico. Contienen prescripciones jurídicas generales cuyo alcance normativo no consiste en la enunciación de ideales que algún día puedan alcanzarse, sino que expresan un deber ser y se manifiestan bajo la forma de mandatos, prohibiciones, permisiones o derechos. Desde la perspectiva de Robert Alexy, son “mandatos de optimización”, cuyo cumplimiento no exige una medida determinada, sino su mejor grado posible de satisfacción: “Son normas que ordenan que algo se realice en la mayor medida posible, según las posibilidades fácticas y jurídicas”.²⁸ Ilustro con uno de ellos: según la interpretación judicial, del artículo 28 constitucional se desprende un principio *pro consumidor*: que toda persona tiene a su favor cuando posee ese carácter, el cual impone a la autoridad la obligación

de perseguir con eficacia todo acto que implique una desventaja indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social, y se trata de una disposición que irradia todo el ordenamiento jurídico e impone una obligación de hacer a cargo de los órganos del Estado.²⁹

Incorporo otro ejemplo: acorde con la Ley del Consumidor, deben respetarse los derechos y las obligaciones derivados de las relaciones de consumo. Y como en ellas intervienen tanto consumidores como proveedores, la Procuraduría del Consumidor, como autoridad administrativa, debe procurar la equidad, la certeza y la seguridad jurídica en las relaciones entre ambas: son parámetros que deben regir la actuación institucional.

El denominado “caso Lady Profeco” ilustra cómo se violentó el principio básico de respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo, por la actuación discrecional de la institución en perjuicio

²⁸ Alexy, Robert, *El concepto y la validez del derecho*, Barcelona, Gedisa, 1994, p. 75.

²⁹ *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, libro XV, diciembre de 2012, t. 2, p. 1489.

del proveedor. Además de que se evidenciaron fallas en sus protocolos de actuación.³⁰

B. *Los derechos*

Los derechos, en tanto forman parte de un orden concreto, instituido para la realización de valores colectivos, cuyas normas —integrantes de un sistema que regula la conducta de manera bilateral, externa y coercible— son sancionadas y, en caso necesario, aplicadas o impuestas por la autoridad estatal: la organización que determina las condiciones y los límites de su fuerza obligatoria.³¹ Nuevamente ejemplifico: uno de los derechos del consumidor es contar con información suficiente sobre los diversos productos y servicios que se le ofrecen a fin de no confundirlo ni producir daños en su salud. Para tutelar este derecho, el ámbito de protección contra prácticas engañosas o abusivas incorporado en la Ley del Consumidor comprende tanto la publicidad de productos y servicios que se difunde en los medios como la información comercial y sanitaria contenida en los propios productos o su embalaje, los que deben especificar de forma correcta sus características, composición, calidad, cantidad y precio. A tal fin, el artículo 32 de la Ley del Consumidor dispone que la información o publicidad que se difunda por cualquier medio o forma debe ser veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas; el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización dispone que las normas oficiales mexicanas³² tienen como finalidad establecer las características y/o especificaciones que deban reunir los productos y servicios cuando puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana o cuando se trate de la prestación de servicios generalizados. Con base en sus disposiciones se ordena que la información comercial y sanitaria (datos, imágenes y descripciones del etiquetado o empaquetado de alimentos, bebidas no alcohólicas, preenvasados, medicamentos y productos de aseo y uso doméstico, entre otros) tiene que ser verdadera,

³⁰ Soto, Cecilia, “Lady profeco sobre reacciona”, *Excelsior*, México, 29 de abril de 2013, <http://www.excelsior.com.mx/cecilia-soto/2013/04/29/896451>.

³¹ García, Eduardo, *Filosofía del derecho*, México, Porrúa, 1974, p. 135.

³² NOM-051-SCFI/SSA1-2010 Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados-Información comercial y sanitaria; NOM-072-SSA1-1993, etiquetado de medicamentos; NOM-189-SSA1/SCFI-2002, productos y servicios. Etiquetado y envasado para productos de aseo de uso doméstico.

comprobable y clara. En caso de violaciones a las prescripciones, tanto la Procuraduría del Consumidor, apoyada en las leyes del Consumidor y de Metrología, así como en diversas normas oficiales mexicanas, regula la publicidad de bienes, productos y servicios y la información comercial contenida en el producto o embalaje.

La Secretaría de Salud, a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, y con apoyo en Ley general de Salud y su Reglamento en Materia de Publicidad, ejerce atribuciones de regulación, control, vigilancia y fomento sanitario de la publicidad de las actividades, productos y servicios que puedan constituir riesgo para la salud, la que debe observar congruencia con las características o especificaciones que establezca la normatividad para los productos o servicios objeto de la misma.³³

La Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 67 de la Ley Federal de Radio y Televisión y 9o. de su Reglamento, vigila, con la participación que corresponde a otras dependencias, que no se transmita propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades. Todas estas autoridades tienen la aptitud de sancionar prácticas que violenten el derecho del consumidor, cuya inobservancia en estos rubros puede colisionar tanto la salud como su seguridad.³⁴

VI. DE LA PROTECCIÓN LEGAL A LA PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL

Con anterioridad a la vigencia de la Ley Federal del Consumidor, algunos ordenamientos otorgaban protección dispersa y limitada para los intereses de los consumidores. Dentro de ellos, Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica; el Decreto del 3 de octubre de 1974, que regula la fijación de precios y los códigos sanitario, penal y civil, y aun y cuando se presentaron al Congreso de la Unión algunas propuestas de regulación, con la finalidad de contar con legislación especializada en la materia, las mismas no prosperaron. No fue hasta septiembre de 1975 cuando el presidente de la República presentó una iniciativa en la apertura del periodo ordinario de

³³ Decreto por el que se adicionan los artículos 171 bis, 171, bis 1, 171 bis 2 y se reforman los artículos 313, fracción I, y 340 de la Ley General de Salud, *Diario Oficial de la Federación*, 30 de junio de 2003.

³⁴ Salgado Ledesma, Eréndira, “Reglas para la publicidad responsable”, *Lex. Difusión y Análisis*, enero de 2012.

sesiones de la XLIX Legislatura. En su exposición de motivos expresó que ésta se inscribía en el ámbito del derecho social, que, a diferencia del civilista, que antepone la autonomía de la voluntad de los contratantes, como base de la relación contractual y de la igualdad entre las partes, establece normas imperativas para regular las relaciones entre grupos sociales en las que uno de ellos se encuentra en condiciones de inferioridad, a fin de moderar o regular la libertad de algunos factores económicos, en beneficio colectivo. Esta iniciativa, se dijo, se inspira en los principios de la Constitución de 1917, que conjuntamente con los derechos de libertad establece derechos sociales encaminados a asegurar el imperio de la justicia en las relaciones entre desiguales. Pero, pese al tiempo transcurrido desde el inicio de su vigencia, siguen subsistiendo las desigualdades, tanto en lo económico como en lo social, pues la autonomía de la voluntad no siempre conduce a la libertad, y refleja la justicia; por el contrario, en ocasiones conduce a la explotación: “No es autónoma la voluntad... del consumidor que se ve obligado a aceptar las condiciones y el precio que le impone el comerciante”.³⁵ De este modo, las relaciones entre productores y consumidores quedarían sujetas a normas imperativas en las que intervendría el Estado, bajo criterios de orden público e interés social irrenunciables. Para ello se propuso “Proteger al consumidor contra los abusos de que puede ser víctima o que quizás pudiera aceptar impulsado por su necesidad, por su ignorancia, por su mala situación económica, por su inferioridad frente a aquel proveedor o comerciante que trate de aprovecharse de esas circunstancias”.³⁶

La ley fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación* del 22 de diciembre de 1975, y en su artículo 57 creó un organismo descentralizado de servicio social denominado Procuraduría Federal del Consumidor, para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora. También estableció el Instituto Nacional del Consumidor a fin de propiciar una cultura del consumo orientada hacia mejores prácticas comerciales y hábitos con miras a un sano desarrollo y una mejor asignación de los recursos productivos del país. La institución nace en un entorno social diferente al de nuestros días; en una época en que el Estado participaba e intervenía activamente en el comportamiento de los agentes económicos. Y en el texto constitucional quedará acentuada la preeminencia del interés colectivo so-

³⁵ Salgado Ledesma, Eréndira, *op. cit.*, nota 24, p. 158, comparecencia de José Campillo Sáenz, titular de Industria y Comercio, del 28 de noviembre de 1975. Secretaría de Industria y Comercio, Ley Federal de Protección al Consumidor, precedida por la comparecencia del secretario de Industria y Comercio ante la H. Cámara de Diputados para explicar la iniciativa, México, Secofi, 1976, pp. 7-18.

³⁶ *Ibidem*, p. 14.

bre el particular y se reafirmará el deber estatal de velar por que el interés de las mayorías no sea sacrificado por la acumulación de poder económico y social por parte de pequeños grupos.

En ese entorno se originó la idea innovadora de trasladar a la esfera del derecho social la regulación de algunos aspectos de la vida económica, en particular los actos de comercio, tradicionalmente regidos por disposiciones del derecho privado.³⁷

La orientación se explica, al admitirse y constatarse que el consumidor de bienes o servicios es la parte en desventaja frente a aquellos (los empresarios) a los que el orden jurídico tradicionalmente les ha brindado la posibilidad de organizarse y agruparse en la promoción y defensa de sus intereses en el desarrollo de sus actividades, e inclusive para influir en la toma de decisiones económicas.

La tendencia tutelar, estancada por más de una década, en la que incluso se puede apreciar un retroceso en las tareas tutelares, debido a que los grupos económicos estuvieron incorporados y representados en la estructura de la función ejecutiva o administrativa, empieza nuevamente a revertirse con las modificaciones de la Constitución federal (artículo 17) y la incorporación de un capítulo ad hoc en el Código Federal de Procedimientos Civiles, que regula las acciones colectivas para la defensa de los consumidores y, en fecha más cercana, con el amparo colectivo y el interés que debe acreditarse para su acceso, que se flexibilizó en el amparo indirecto: de jurídico a legítimo.³⁸

No menos importante resulta la participación del Poder Judicial de la Federación en estas tareas, a partir de la Novena Época, que con sus criterios interpretativos ha posibilitado la eficacia de un derecho que, por sus características, puede ubicarse dentro de los denominados difusos y colectivos.

³⁷ Carrillo Suárez, Agustín Eduardo, “La Procuraduría Federal del Consumidor, precursora en la defensa de los derechos sociales”, *Memoria del V Simposium Internacional por la Calidad de los Servicios Médicos y la Relación Médico-Paciente*, México, Conamed, 2000, p. 99.

³⁸ En este interés basta que demuestren su nivel de afectación quienes acuden al juicio para que éste sea procedente. Sobre el interés legítimo (que también es jurídico, pues se incorpora en la Constitución), como eventual elemento de la acción de amparo, “también deben identificarse los elementos que lo constituyen, pues son éstos los que deberán acreditarse para justificar la procedencia del correspondiente ejercicio: 1. Existencia de una norma que establece o tutela algún interés difuso en beneficio de una colectividad determinada; 2. Afectación de ese interés difuso en perjuicio de esa colectividad por la ley o acto que se reclama, y 3. Pertenencia del quejoso a dicha colectividad”. Y si bien la postura ya generó una tesis aislada en la Décima Época, la misma no se comparte por restrictiva y conservadora, si bien la explicación excede el análisis que se realiza en el presente capítulo. Schmill, Ulises y Silva Nava, Carlos de, “El interés legítimo como elementos de la acción de amparo”, *El juego de la Suprema Corte*, <http://eljuegodelacorte.nexos.com.mx/?p=1974>).

Así, podemos afirmar que hoy día, con la intervención de los jueces y bajo una nueva visión, poco a poco se concreta el mandato del Constituyente en esta materia; los derechos de índole social finalmente empiezan a lograr su eficacia.

VII. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA INTERPRETACIÓN JUDICIAL

A la fecha, el Poder Judicial de la Federación ha pronunciado un total de 207 criterios interpretativos (tesis jurisprudenciales y aisladas), que explican el alcance tutelar de la protección del consumidor, en términos tanto constitucionales como legales. Dentro de los más recientes y relevantes destacan aquellos que interpretan el alcance del artículo 28 de la carta magna, y que sostienen que el numeral tutela un derecho humano que debe complementarse en el plano local con las Directrices de la Organización de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, del 9 de abril de 1985, con la finalidad de que el consumidor, particularmente aquellos de países en desarrollo, logren o mantengan una protección adecuada y obtengan el máximo beneficio.³⁹

Estas directrices tutelan en favor del consumidor los derechos siguientes:

- a) Protección frente a los riesgos de salud y su seguridad. A tal fin, los gobiernos deben adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones, normas nacionales o internacionales y el mantenimiento de registros de seguridad para garantizar que los productos sean inocuos en el uso al que se destinan; que los productores notifiquen de los peligros no previstos de que se hayan percatado con posterioridad a su circulación en el mercado o de los defectos graves o peligros considerables aun cuando el producto se utilice de manera adecuada, y su retiro del mercado, reemplazándolo, modificándolo o sustituyéndolo, y, cuando ello no fuera posible, otorgar una compensación.

³⁹ *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, TA; 10a. Época; libro XIV, noviembre de 2012, t. 3, p. 1848, amparo directo 105/2012. Estas directrices atañen a que las modalidades de producción y distribución de bienes y servicios respondan a las necesidades y deseos de los consumidores; instar a los productores de bienes y servicios a que adopten normas éticas de conducta; a crear grupos de defensa del consumidor; promover un consumo sostenible; que en el mercado se den condiciones que den a los contribuyentes una mayor selección a precios más bajos; a poner freno a prácticas comerciales abusivas y a la cooperación internacional en la protección del consumidor, y a un derecho a la información.

- b) Promoción y protección de los derechos económicos. Incorporan el derecho a obtener el máximo beneficio evitando el empleo de prácticas como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas y los fraudes en la prestación de servicios, así como la promoción de la competencia leal.
- c) El acceso a una información adecuada como obligación gubernamental, que permita el conocimiento sobre los efectos en el medio ambiente de las decisiones y comportamiento de los consumidores y de las consecuencias que puede tener la modificación de las modalidades de consumo.
- d) Educación. Que debe incluir aspectos como la sanidad, nutrición, prevención de enfermedades transmitidas por los alimentos y su adulteración; peligros de los productos; rotulado; legislación, forma de obtener compensación y organismos de protección al consumidor; información sobre pesas y medidas, precios, calidad, condiciones para la concesión de crédito y disponibilidad de artículos de primera necesidad, así como utilización eficiente de materiales, energía y agua.
- e) Compensación efectiva a través de procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, poco costosos y asequibles, facilitando información sobre los procedimientos vigentes para obtenerla y solucionar controversias.
- f) Asociación para defensa de los intereses, y
- g) Promoción de modalidades sostenibles de consumo desde el punto de vista económico, social y ambiental.

Para hacer accesibles y eficaces las disposiciones plasmadas en ellas, el Poder Judicial ha estimado que el juez de amparo tiene facultades para reconocer el valor jurídico interpretativo pro persona de las mismas, puesto que la Asamblea General de la ONU es un órgano conformado por representantes de todos los Estados miembros, que expresan una voluntad colectiva respecto a los principios y normas jurídicos que han de regir la conducta de éstos.

Otra tesis, del Tercer Tribunal Colegido del Primer Circuito, sostiene, bajo una interpretación histórica y progresiva, que el acceso al mercado en condiciones de libre competencia y concurrencia es un derecho humano protegido en el artículo 28 constitucional.⁴⁰

⁴⁰ Amparo directo 105/2012, David Mulato Ramírez, 26 de marzo de 2012. Unanimidad de votos. Tercer Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito, en <http://ius.scjn.gob.mx/paginas/ResultadosV2.aspx?> Los desequilibrios en el mercado existen, ya sea que

Entonces, el derecho a intervenir en él para vender o adquirir mercancías libremente, sin interferencia alguna, debe realizarse sin que nadie se interponga, en condiciones de oportunidad y de libertad, lo que se justifica por los resultados o utilidades sociales que produce.

También destaca el criterio pronunciado por el Séptimo Tribunal Colegiado del Primer Circuito en el amparo directo 82/2012, que, al interpretar los artículos 217 a 222, 224, fracción I, y 225, fracción I, de la Ley de Concursos Mercantiles, bajo el principio *pro homine*, ubica la prelación de los créditos en favor de los consumidores inmediatamente después de los créditos de los trabajadores,⁴¹ por su desigualdad en la relación de consumo frente al comerciante y otros acreedores, pues de ese modo el Estado estará haciendo lo posible para resarcir a aquéllos en la satisfacción de sus créditos, sin que esto signifique desconocer el orden preferente de pago que corresponde a los créditos de los trabajadores en el concurso, porque derivan de su principal fuente de ingresos, lo que no sucede en esa magnitud respecto de los consumidores.

se aproveche una determinada ventaja comparativa o privilegio del productor por lo cual se establecen parámetros de su corrección o atenuación. Entre esos desequilibrios están el monopolio, el oligopolio y las situaciones inherentes que descansan en el tipo, cantidad y calidad de la mercancía ofertada, incluso la idea de protección al ambiente; la intromisión en la selección y decisión por el consumidor para adquirir una mercancía o en aspectos en los que no existe real competencia, por regularse a favor del Estado la producción del bien o la prestación del servicio en que el margen de libertad del consumidor se acota aún más, pues no sólo corresponde al precio que puede definirse en función de sus alcances presupuestarios, sino de lo que el Estado permite que pueda ofrecerse en términos de competencia, tanto cuando la restringe en su favor como cuando se trata de actividades estratégicas o de interés público, que afectan, además, la libre concurrencia. Las normas de derechos humanos que se encuentran contenidas en el artículo 28 constitucional y en los tratados internacionales suscritos por el Estado mexicano. El artículo 28, párrafos primero y segundo, de la Constitución federal, que reconoce un derecho humano del consumidor, que tiene diversas facetas, pues por un lado establece una prohibición de existencia de monopolios, prácticas monopólicas, estancos y exenciones de impuestos, así como las prohibiciones a título de protección a la industria, en los términos previstos por las leyes. Con esa prohibición, lo que se reconoce implícitamente es un derecho humano de la persona en su vertiente de consumidor frente al abuso de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que impidan la libre competencia y la libre concurrencia en el mercado que tenga como finalidad generar una ventaja en perjuicio de las demás personas, determinadas o indeterminadas. Es decir, el Constituyente parte del hecho de que existe una desigualdad en el mercado, que es necesario atemperar y, sobre todo, que debe protegerse al consumidor como una parte débil de la relación económica ante la situación de escasez de bienes o servicios o de claro predominio de los proveedores de servicios o propietarios de bienes o mercancías, que implique una afectación a su patrimonio como producto de esa relación asimétrica o desigual.

⁴¹ *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, 10a. época; T. C. C.; libro VIII, mayo de 2012, t. 2, p. 1820.

Por otra parte, a diferencia de los créditos reales cuyo pago está amparado con los bienes de la concursada mediante hipoteca o prenda, los consumidores no gozan de ninguna garantía, encontrándose así en desventaja frente a ellos. Asimismo, deben estar por encima en el orden de pago de los créditos fiscales, que son satisfechos antes que los privilegiados, pues no estaría justificado que el Estado cobrara antes que los consumidores, pues al hacerlo estaría anteponiendo su interés al de aquellos a quienes debe proteger contra actos que menoscaban sus derechos humanos. Además, una ubicación diferente no disminuiría ni permitiría equilibrar la desigualdad entre comerciante y consumidor, sino que enfrentaría a este último a una nueva situación de desigualdad frente al ente público y otros acreedores distintos de los créditos de los trabajadores.

Otros criterios más, acordes también con esta perspectiva tutelar, fueron pronunciados durante la Novena Época, al resolver juicios de amparo interpuestos por grupos de proveedores que plantearon la no conformidad de las reformas de 2004 a Ley del Consumidor con la Constitución. Dentro de ellos destacan las incorporadas en los numerales 20, 32, 73, 73 bis, 73 ter, 75, 86 y 87, mismas que concentro en apartados, en cuanto al sentido de los temas debatidos:

- Transgreden lo dispuesto en el artículo 1o. constitucional al brindar tratamiento diferenciado a proveedores y consumidores, en razón de que protege y tutela los derechos y la cultura del consumidor, no así los de los proveedores.
- Vulneran lo dispuesto en el artículo 5o. constitucional, y, consecuentemente, la libertad de comercio, porque: a) regulan de forma privativa y discriminatoria diversos servicios de índole mercantil, a los que exceptúa de la observancia de sus disposiciones; dentro de ellos, los prestados en virtud de contrato o relación de trabajo; los profesionales que no sean de carácter mercantil; los prestados por sociedades de información crediticia y los regulados por las leyes financieras que presten las instituciones y organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de las comisiones nacionales Bancaria y de Valores, Seguros y Fianzas; b) prohíben la renuncia de ciertas previsiones que orientan la actuación de los consumidores; c) determinan que no surtirán efectos los contratos celebrados entre proveedores y consumidores relacionados con operaciones de inmuebles, cuando no se inscriban previamente ante la Procuraduría del Consumidor.

- Trasgrede lo dispuesto en el artículo 13 constitucional, al establecer grupos de sujetos a quienes otorga tratamiento diferenciado acorde con una ley privativa (Ley del Consumidor).
- Resultan inconstitucionales, porque otorgan facultades discrecionales a la Procuraduría del Consumidor para emitir lineamientos para la verificación de la información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios difundidos por cualquier medio o forma.
- Vulneran el principio de irretroactividad previsto en el artículo 14 constitucional al establecer diversos requisitos y obligaciones que deben observar los proveedores, no contemplados en términos de disposiciones anteriores de la ley.
- Violan lo dispuesto en el artículo 16 constitucional, porque obligan a los proveedores a proporcionar información al consumidor sobre las condiciones en que se encuentra el pago de contribuciones y servicios públicos de los inmuebles objeto de operaciones de compraventa.
- Transgreden el artículo 25 constitucional al imponer diversas obligaciones a los proveedores, que desalienten o restringen los actos comerciales en perjuicio de la economía nacional.
- Infringen lo dispuesto en el artículo 27 constitucional, porque se imponen modalidades a la propiedad privada inmobiliaria al obligar al proveedor a insertar determinadas cláusulas en los contratos relativos a inmuebles cuya propiedad pretenda transmitirse.
- Contravienen el artículo 121 constitucional, y, consecuentemente, la soberanía de los estados, cuando establecen la obligación de registrar ciertos contratos de adhesión relacionados con la materia inmobiliaria (fraccionamiento, construcción, promoción, asesoría y venta al público de viviendas destinadas a casa habitación o de uso de inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido) ante la Procuraduría del Consumidor.

Para cada argumento, bien fuera el tribunal pleno o la Sala de la Suprema Corte, se tuvo una respuesta oportuna, mas no siempre congruente con el alcance que el Constituyente brindó a la protección del consumidor en el texto fundamental. En particular, tratándose de los criterios asumidos por la Sala, cuya interpretación dista mucho de las adoptadas por el pleno, respecto de la garantía social incorporada en el artículo 28, pocas veces examinada en cuanto a sus alcances. Un ejemplo ilustrativo de lo que afirmo se observa en el libro de *Garantías individuales* del maestro Ignacio Burgoa, donde el análisis del numeral resulta imperceptible. Igual ocurre en la obra de

Luis Brasdech, *Garantías constitucionales del proceso*, cuyos comentarios sobre el artículo son prácticamente inexistentes. Incluso el máximo tribunal, en contadas ocasiones, ha tenido oportunidad de abordar cuestiones relacionadas con este derecho social. Por ello, estimo de interés asomarnos a esta nueva era de la óptica jurisdiccional.

Los artículos de la Ley del Consumidor más impugnados fueron aquellos que el legislador ordinario redactó con la *enorme osadía* de obligar a los proveedores, propietarios de estaciones de gasolina, a la descabellada idea de vender litros de a litro. ¡Por Dios, qué pretensión tan peregrina e incivil de la autoridad! Por su parte, las empresas del ramo inmobiliario también interpusieron múltiples juicios de amparo en contra de los numerales que contienen obligaciones que dan certidumbre ante las ventas de inmuebles que suelen realizar sobre maquetas, para poner orden a los contratos de “sueños compartidos”.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, ARTÍCULO 10. DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, QUE ESTABLECE SU OBJETO Y REGULA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, NO TRANSGREDE EL ARTÍCULO 10. DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.⁴²

El hecho de que el citado precepto legal establezca como uno de los objetos de la Ley Federal de Protección al Consumidor promover y proteger los derechos y lacultura del consumidor no significa que los derechos que correspondan al los proveedores estén excluidos de dicha legislación, y, que, por ende, se trate de una norma discriminatoria y violatoria del artículo 10. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Ello porque del párrafo segundo del propio artículo 1º de la ley mencionada se advierte que dentro de su objeto se incluye el procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores; además, porque conforme a la fracción IX del artículo 10. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, deben respetarse los derechos y las obligaciones derivados de las relaciones de consumo, en las que intervienen tanto consumidores como proveedores.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EL ARTÍCULO 10. DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, QUE ESTABLECE SU OBJETO Y REGULA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, NO TRANSGREDE EL ARTÍCULO 13 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.⁴³ El citado precepto constitucional, que consagra la garantía de igualdad jurídica, no prohíbe la legislador establecer grupos de sujetos conforme a la particular situación en que éstos se encuentren, siempre que lo haga de manera general, abstracta e impersonal, sin distinción de es-

⁴² Tesis Jurisprudencial 100/2005/13, de julio de 2005, Primera Sala.

⁴³ Tesis 101/2005, 13-julio, 2005, Primera Sala.

pecie o persona, con el objeto de que sean aplicadas las leyes de igual modo y a todos los casos idénticos al de la hipótesis legal. En ese sentido, el artículo 1o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que regula principios básicos en las relaciones de consumo, es decir, entre proveedores y consumidores en general, no transgrede la mencionada garantía constitucional, en tanto que dichos principios no se refieren a personas nominalmente designadas, en virtud de que no atienden a criterios subjetivos ni dan lugar a que después de aplicarse al caso previsto y determinado de antemano pierdan su vigencia, sino que están investidos de las características de generalidad, abstracción, impersonalidad y permanencia, ya que se aplican a todas las personas ubicadas dentro de la hipótesis que prevén, ya sea a consumidores o proveedores, sin que estén dirigidos a una persona o grupo individualmente determinado, además de que su vigencia jurídica subsiste después de aplicarse a un caso concreto, para regular los casos posteriores en que se actualicen los supuestos normativos.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EL ARTÍCULO 1O. DE LA LEY RELATIVA, QUE PREVÉ LA IRRENUNCIABILIDAD DE SUS DISPOSICIONES, NO VIOLA EL ARTÍCULO 5O. DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.⁴⁴ El citado precepto legal, al señalar que sus disposiciones son irrenunciables, no viola el artículo 5o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Lo anterior es así porque la prohibición de renunciar a las prevenciones de la aludida ley no impide a alguna o algunas personas dedicarse al comercio ni tener el carácter de proveedores, sino que obliga a éstos a observar términos y condiciones legales con el fin de salvaguardar los principios básicos de la relación de consumo, así como el objeto de la propia ley, lo cual es en beneficio de la colectividad.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EL ARTÍCULO 5O. DE LA LEY RELATIVA, QUE EXCEPTÚA A CIERTOS SERVICIOS DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE LA PROPIA LEY, NO CONSTITUYE UNA NORMA PRIVATIVA O DISCRIMINATORIA.⁴⁵ El hecho de que el citado precepto legal exceptúe del ámbito de cumplimiento y aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor a los servicios ahí enunciados no lo convierte en una norma privativa o discriminatoria, en tanto que tales excepciones obedecen a criterios objetivos y razonables, a saber:

- a) La exclusión de los servicios prestados en virtud de un contrato o relación de trabajo se debe a que éstos se regulan por la Ley Federal de Trabajo;
- b) Se excluye a los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil, en tanto que éstos no se prestan habitual o periódicamente ni con ánimo de especulación comercial;

⁴⁴ Tesis 102/2005, 13/julio-2005, Primera Sala.

⁴⁵ Tesis 103/2005, 13/julio-2005, Primera Sala.

c) Los servicios o que presten las sociedades de información crediticia quedan excluidos porque éstos se rigen por la Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia, y, finalmente;

d) Los servicios regulados por las leyes financieras que presten las instituciones y organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de las comisiones nacionales Bancaria y de Valores; de Seguros y Fianzas; del Sistema de Ahorro para el Retiro o de cualquier órgano de regulación, de supervisión o de protección y defensa dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, se exceptúan debido a que en estos casos las respectivas leyes financieras regulan los servicios prestados por dichas instituciones.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EL ARTÍCULO 32 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO RESERVA A LA DISCRECIONALIDAD DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR LA DEFINICIÓN DE LOS CONCEPTOS AHÍ CONTENIDOS, NI PERMITE A LA AUTORIDAD LLEVAR DE MANERA CAPRICIOSA EL PROCEDIMIENTO DE VERIFICACIÓN RESPECTIVO.⁴⁶ El citado precepto, al facultar a la Procuraduría Federal del Consumidor para emitir lineamientos para la verificación de la información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios difundidos por cualquier medio o forma, no reserva a la discrecionalidad de dicho organismo la definición de los supuestos ahí contenidos, pues la norma precisa de manera expresa que para los efectos de esa ley, se entenderá por ‘información o publicidad engañosa o abusiva’ aquella que refiera características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, induzcan a error o confusión por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.

Tampoco permite a la autoridad llevar a cabo en forma capriciosa el procedimiento para verificar el cumplimiento de las obligaciones que establece, pues en la propia ley se consignan los lineamientos y directrices que deben regir su actuación.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73, PÁRRAFO SEGUNDO, 86 Y 87 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, AL ESTABLECER QUE LOS CONTRATOS A QUE SE REFIEREN DEBEN REGISTRARSE EN LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR NO VIOLAN LA SOBERANÍA DE LOS ESTADOS.⁴⁷ Del artículo 121, fracciones I y II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se advierte que los bienes inmuebles se rigen por la ley del lugar de su ubicación, por lo que los contratos traslativos de la propiedad sólo pueden inscribirse en las instituciones registrales de las entidades federativas correspondientes. Ahora bien, los artículos 73, párrafo segundo, 86 y 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor no violan el citado precepto cons-

⁴⁶ Tesis 104/2005, 13/julio-2005, Primera Sala.

⁴⁷ Tesis 96/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

titucional, en cuanto establecen que los contratos relacionados con el fraccionamiento, construcción, promoción, asesoría y venta al público de viviendas destinadas a casa habitación, o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, deben registrarse en la Procuraduría Federal del Consumidor, pues dicho registro no recae sobre actos traslativos de dominio, sino respecto de los contratos comerciales que en relación con esos inmuebles se realizan entre proveedores y consumidores, con la clara finalidad de ejercer un control administrativo de tipo tutelar en favor de los consumidores, derivado del artículo 28 constitucional.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EL CONGRESO DE LA UNIÓN, EN USO DE LAS FACULTADES PARA LEGISLAR EN ESA MATERIA, QUE LE OTORGAN LOS ARTÍCULOS 73, FRACCIONES X Y XXIX-E, 25 Y 28 CONSTITUCIONALES, CREÓ LA PROCURADURÍA RELATIVA Y EMITIÓ DISPOSICIONES EN DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES.⁴⁸ Del examen integral y sistemático de los citados preceptos se advierte que compete al Congreso de la Unión legislara en materias de comercio y de protección a los consumidores, a quienes el Poder Reformador considera necesario tutelar, por estimar que se encuentran en desventaja frente a los proveedores que conforman la parte dominante en la relación comercial.

En uso de esa facultad el legislador, en términos del artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, creó la Procuraduría Federal del Consumidor como un organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con funciones de autoridad administrativa y encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, procurando la equidad y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores, para evitar que acepte relaciones jurídicas injustas; esto es, sus funciones son de carácter preventivo, educativo, de representación y procuración, y de resolución de conflictos. Y en los artículos 73, 73 Bis, 73 Ter, 75, 86, párrafos tercero, y 87, de la misma ley estableció, en defensa de los consumidores, modalidades, condiciones y requisitos que los proveedores debe cumplir previamente a la celebración de contratos relacionados con el fraccionamiento, construcción, promoción, asesoría y venta al público de viviendas destinadas a casa habitación, o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73, 73, BIS, 73 TER, 75, 86 Y 87 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO VIOLAN LA GARANTÍA DE IRRETROACTIVIDAD.⁴⁹ La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha sostenido que existe retroactividad cuando una ley modifica o altera derechos adquiridos o supuestos jurídicos y sus consecuencias que nacieron bajo la vigencia de una ley anterior, lo que no sucede cuando se está en presencia de meras

⁴⁸ Tesis 97/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

⁴⁹ Tesis 98/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

expectativas de derecho o de situaciones que aun no se hayan realizado, o de consecuencias no derivadas de supuestos regulados en la ley anterior, pues en esos casos sí e permite que la nueva ley los regule.

En consecuencia, como los artículos 73, 73 bis, 73 Ter, 75, 86 y 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establecen obligaciones y requisitos exigibles sólo a partir de su entrada en vigor (la publicación se efectuó el cuatro de febrero de dos mil cuatro en el Diario Oficial de la Federación), es claro que no violan en perjuicio de los proveedores la garantía de irretroactividad establecida en el artículo 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73, 73, BIS, 73 TER, 75, 86, PÁRRAFO TERCERO, Y 87 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO VIOLAN LA GARANTÍA DE LIBERTAD DE COMERCIO NI LA IGUALDAD EN EL EJERCICIO DE ÉSTA.⁵⁰ El artículo 5o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos prevé que a nadie podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícito, con las limitaciones que establece.

Al respecto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha sostenido que la obligación de los gobernados de cumplir con las leyes, reglamentos y normas generales no coarta la garantía de libertad de comercio, pero sí la limitan con la finalidad de evitar que se ataquen derechos de terceros o se ofendan los de la sociedad. En tal virtud, el hecho de que los artículos 73, 73, Bis, 73 Ter, 75, 86, párrafo tercero, y 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establezcan que las empresas que tengan el carácter de proveedores, cuyo objeto social sea el fraccionamiento, construcción, promoción, asesoría o venta al público de viviendas destinadas a casa habitación, o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, tienen la obligación de insertar determinadas cláusulas en sus contratos, y que éstos deben ser registrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, en el entendido de que el incumplimiento de tal mandato implicará que no surta efectos el contrato contra el consumidor; no viola la garantía constitucional citada, pues el establecimiento de dichas obligaciones no impiden la realización de las indicadas actividades comerciales. Tampoco se transgrede la mencionada garantía por el hecho de que los referidos preceptos legales impongan a los proveedores que realizan tales actividades, obligaciones que no son exigibles a los particulares que, sin ser proveedores, venden inmuebles, ya que el trato diferente deriva de que aquéllos nos encuentran en un plano de igualdad frente al vendedor esporádico de dichos bienes.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73, 73, BIS, 73 TER, 75, 86, PÁRRAFO TERCERO, Y 87 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO VIOLAN EL ARTÍCULO 13 CONSTITUCIONAL.⁵¹ Los citados preceptos no violan las ga-

⁵⁰ Tesis 98/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

⁵¹ Tesis 100/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

rantías contenidas en el artículo 13 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que prohíbe juzgar a los gobernados bajo leyes privativas y por tribunales especiales, en virtud de que no regulan actos dirigidos a personas concretas, sino que se dirigen a un sector genérico de proveedores y consumidores, comprendiendo a todos los que realizan actos mercantiles relacionados con el fraccionamiento, construcción, promoción, asesoría o venta al público de viviendas destinadas a casa habitación, o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, siendo esa indeterminación lo que da el carácter de ley general y abstracta.

Además, los artículos 73, 73 Bis, 73 Ter, 75, 86, párrafo tercero, y 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor no erigen a la Procuraduría Federal del Consumidor en un tribunal especial u órgano creado ex profeso con posterioridad a los hechos sobre los que se resuelve, ni desaparece una vez dictado el fallo correspondiente.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73, 73, BIS, 73 TER, 75, 86, PÁRRAFO TERCERO, Y 87 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO VIOLAN LOS ARTÍCULOS 25 Y 28 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.⁵² Los citados numerales secundarios, al imponer a los proveedores, fraccionadores, constructores, promotores, asesores o vendedores al público de viviendas destinadas a casa habitación, o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, diversas obligaciones mediante las cuales quedan sujetos al control administrativo de la Procuraduría Federal del Consumidor, no violan los principios contenidos en los preceptos constitucionales señalados, puesto que conforme al artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dicho organismo está facultado para vigilar la actividad mercantil de los proveedores; además, no transgreden la libre concurrencia, porque con la regulación de los contratos correspondientes no se impide la competencia, ya que cualquier persona que reúna los requisitos para ejercer tales actividades puede hacerlo, y si bien es cierto que dentro de tales obligaciones está la de registrar los contratos relacionados con esas actividades en la Procuraduría Federal del Consumidor, so pena de no causar efectos contra el consumidor, no cabe aceptar que con ello se desalienten o restrinjan los actos comerciales en perjuicio de la economía, pues por el contrario, en la medida en que los consumidores tengan mayor confianza en la seriedad y rectitud de las operaciones ofrecidas, la clientela del proveedor crecerá en su beneficio, así como para el bien de la economía nacional.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73, 73, BIS, 73 TER, 75, 86, PÁRRAFO TERCERO, Y 87 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO LIMITAN LA LIBRE DISPOSICIÓN DE LA PROPIEDAD REGIDA POR EL ARTÍCULO 27 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.⁵³ Los numerales secundarios citados, al regular

⁵² Tesis 100/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

⁵³ Tesis 102/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

los actos de los proveedores que sean fraccionadores, constructores, promotores y demás personas que intervengan en la asesoría, y venta al público de viviendas destinadas a casa habitación, o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido, y señalar los requisitos que deben cumplir los contratos que al efecto celebren, no establecen modalidades o limitaciones a la propiedad, regida por el artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ya que no impiden al proveedor la libre disposición de sus bienes inmuebles.

Consecuentemente, la obligación de insertar determinadas cláusulas o ajustar los contratos correspondientes a ciertas formas o requisitos no implica modalidad o limitante que incida en la propiedad del objeto del contrato que es el propio inmueble, ni sobre los derechos que sobre él ostenta el proveedor, ni quien tienen la libertad de llevar a cabo las transacciones que estime convenientes, con la única salvedad de que el contrato cumpla con los requisitos establecidos en dichos artículos.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LOS ARTÍCULOS 73 BIS Y 73 TER DE LA LEY FEDERAL RELATIVA NO VIOLAN LAS GARANTÍAS DE LEGALIDAD Y SEGURIDAD JURÍDICA, CONTENIDAS EN EL ARTÍCULO 16 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. El citado precepto constitucional preserva la esfera jurídica de lo privado frente a intromisiones arbitrarias de la autoridad, esto es, evita que la autoridad incompetente invada la esfera del gobernado sin mandamiento escrito, fundado y motivado (salvo las excepciones previstas constitucionalmente).

En ese sentido, los artículos 73 *Bis* y 73 *Ter* de la Ley Federal de Protección al Consumidor no transgreden el artículo 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, porque al obligar al proveedor a proporcionar la información si el consumidor sobre las condiciones en que se encuentra el pago de contribuciones y servicios públicos del inmueble objeto de la compraventa, cumplen con la finalidad de proteger a su vez la seguridad jurídica de aquel en torno del propio acto jurídico.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, LA OBLIGACIÓN DE REGISTRAR ANTE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN, SE ORIGINA EN DOS DIVERSOS TIPOS DE DISPOSICIONES LEGALES.⁵⁴ El artículo 86, párrafo primero, de la Ley Federal de Protección al Consumidor dispone la facultad de la Secretaría de Economía de expedir normas oficiales mexicanas, en las que podrá exigir el registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor de cualesquier contratos de adhesión cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento; en cambio, el artículo 73 de esa ley establece la obligación de registrar siempre, ante la misma Procuraduría, los contratos de adhesión relacionados con el fraccionamiento, construcción, promoción, asesoría o

⁵⁴ Tesis 103/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.

venta al público de viviendas destinadas a casa habitación o cuando otorguen al consumidor el derecho de usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido. En esa virtud, la inscripción de los contratos de adhesión concernientes a las actividades mencionadas, deriva directa.

VIII. CONCLUSIÓN

Para finalizar, sólo me resta agregar que todavía falta mucho trabajo por realizar para lograr la efectiva protección en los consumidores, pero también debe reconocerse que en los últimos tiempos se ha avanzado a pasos más acelerados y en el sentido correcto que en los tiempos precedentes. La regulación de las *acciones colectivas*⁵⁵ abre un camino esperanzador para concretar el equilibrio entre las relaciones proveedor-consumidor, desde hace mucho situadas en plano de desigualdad. El tema de la protección del consumidor es una materia que sigue revistiendo gran importancia, por cuanto se procura igualar jurídicamente a sujetos que son, y seguirán siendo, económicamente desiguales, por lo que al Estado, en ejercicio de una función tuitiva, le corresponde reducir las asimetrías, pues no se nos olvide que consumidores somos todos.

XI. BIBLIOGRAFÍA

- ALEXY, Robert, *El concepto y la validez del derecho*, Barcelona, Gedisa, 1994.
- ACOSTA ROMERO, Miguel, *Teoría general del derecho administrativo*, 12a. ed., México, Porrúa, 1995.
- BOURGOIGNIE, Thierry, “El derecho comunitario del consumo”, trad. de Ana Gandolfo, en STIGLITZ, Gabriel (coord.), *Defensa de los consumidores de productos y servicios (daños-contratos)*, Buenos Aires, La Rocca, 1994.

⁵⁵ Acción promovida por un representante para proteger el derecho que pertenece a un grupo de personas, y cuya sentencia obligará al grupo como un todo. Gidi, Antonio, *Las acciones colectivas y la tutela de los derechos difusos colectivos e individuales en Brasil. Un modelo para países de derecho civil* (trad. Lucio Cabrera Acevedo), p. 31, en Biblioteca jurídica virtual, IJ-UNAM, <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=1337>. Medio que se establece para reparar un daño, garantizar que se cumplan los derechos: medida correctiva para solucionar violaciones a derechos e intereses colectivos. Tron Petit, Jean Claude, “¿Qué hay de las acciones colectivas?”, en Revuela, Benjamín y López, Neófilo (coords.), *Acciones colectiva. Un paso hacia la justicia ambiental*, México, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo-Porrúa-Asociación de Jueces y Magistrados de Distrito del Poder Judicial de la Federación, 2012, p. IX. En síntesis, es un mecanismo procesal creado ex profeso para tutelar derechos fundamentales de orden programático.

- CARILLO SUÁREZ, Agustín Eduardo, “La Procuraduría Federal del Consumidor, precursora en la defensa de los derechos sociales”, *Memoria del V Simposium Internacional por la Calidad de los Servicios Médicos y la Relación Médico-Paciente*, México, Conamed, 2000.
- FARINA, Juan, *Defensa del consumidor y del usuario. Comentario exegético de la ley 24.240 y del decreto reglamentario 1798/94*, Buenos Aires, Astrea, 1995.
- FUENTES AGUIRRE, Armando, “Mirador”, *Reforma*, México, 20 de mayo de 2013.
- GARCÍA MÁYNEZ, Eduardo, *Filosofía del derecho*, México, Porrúa, 1974.
- GIDI, Antonio, *Las acciones colectivas y la tutela de los derechos difusos colectivos e individuales en Brasil. Un modelo para países de derecho civil* (Cabrera Acevedo, L. trad.), en Biblioteca jurídica virtual, IIJ-UNAM, disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=1337>.
- LOMELÍN ORTEGA Roberto, “Las paraestatales”, en VALADÉS RÍOS, Diego y RUIZ MASSIEU, Mario (coords.), *La transformación del Estado mexicano*, México, Diana, 1989.
- MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, Carlos y PARRA LUCÁN, María Ángeles, *Legislación básica de consumo*, 2a. ed., Madrid, Tecnos, 1994.
- SALGADO LEDESMA, Eréndira, *Defensa de usuarios y consumidores*, México, Porrúa, 2007.
- , “Reglas para la publicidad responsable”, *Lex. Difusión y Análisis*, México, enero de 2012.
- , “Cliente, consumidor o usuario, según la denominación será el nivel de protección”, *Lex, Difusión y Análisis*, núms. 90-97, noviembre de 2012.
- TENA RAMÍREZ, Felipe, *Derecho mercantil*, 16a. ed., México, Porrúa, 1996.
- TRON PETIT, Jean Claude, “¿Qué hay de las acciones colectivas?”, en REVUELTA VAQUERO, Benjamín y LÓPEZ RAMOS, Neófito (coords.), *Acciones colectivas. Un paso hacia la justicia ambiental*, México, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo-Porrúa-Asociación de Jueces y Magistrados de Distrito del Poder Judicial de la Federación, 2012.
- WEBER, Max, *Economía y sociedad*, 7a. ed., México, Fondo de Cultura Económica, 1984.
- ZAMORA, Francisco, *Tratado de teoría económica*, 10a. ed., México, Fondo de Cultura Económica, 1971.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- AMPARO directo 105/2012. David Mulato Ramírez. 26 de marzo de 2012. Unanimidad de votos. Tercer Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito, <http://ius.scjn.gob.mx/paginas/ResultadosV2.aspx?>
- KELSEN, Hans, “La interpretación”, <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/pdf>.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la lengua española*, <http://www.rae.es/rae.htm>.
- SCHMILL, Ulises y SILVA NAVA, Carlos, “El interés legítimo como elementos de la acción de amparo”, *El juego de la Suprema Corte*, México, <http://eljuego-delacorte.nexos.com.mx/?p=1974>.
- SOTO, Cecilia, “Lady profeco sobre reacciona”, *Excélsior*, México, 29 de abril de 2013, <http://www.excelsior.com.mx/cecilia-soto/2013/04/29/896451>.
- WITKER VELÁSQUEZ, Jorge Alberto y VARELA, Angélica, *Derecho de la competencia económica en México*, México, UNAM, Biblioteca jurídica virtual, <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=1151>.

OTROS

- Diario de los Debates*, H. Cámara de Diputados, XLIX Legislatura, 3er. periodo ordinario de sesiones, 26 de septiembre de 1975, *Diario* núm. 9.
- Decreto por el que se adicionan los artículos 171 *bis*, 171, *bis* 1, 171 *bis* 2 y se reforman los artículos 313, fracción I, y 340 de la Ley General de Salud, *Diario Oficial de la Federación*, 30 de junio de 2003.
- Tesis 96/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.
- Tesis 97/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.
- Tesis 98/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.
- Tesis 100/2005, pleno, 30 de mayo de 2005.
- Tesis Jurisprudencial 100/2005/, 13 de julio de 2005, Primera Sala.
- Tesis 101/2005, 13-julio-2005, Primera Sala.
- Tesis 102/2005, 13/julio-2005, Primera Sala.
- Tesis 103/2005, 13/julio-2005, Primera Sala.
- Tesis 104/2005, 13/julio-2005, Primera Sala.
- Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, 10a. Época; T. C. C.; libro VIII, mayo de 2012, t. 2, p. 1820.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, TA]; 10a. época; libro XIV, noviembre de 2012, t. 3, p. 1848, Amparo Directo 105/2012.

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, libro XV, diciembre de 2012, t. 2.