

DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS DE POLÍTICA INTERIOR



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



DIRECCIÓN GENERAL
DE SERVICIOS DE
DOCUMENTACIÓN,
INFORMACIÓN
Y ANÁLISIS

***PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES
Marco Teórico Conceptual, Antecedentes,
Marco Jurídico Actual, Derecho Comparado y
Opiniones Especializadas en el tema***

Av. Congreso de la Unión Núm. 66; Colonia El Parque; Delegación Venustiano Carranza;
Ciudad de México; C.P. 15960. Teléfono: 50360000 Ext: 67033 y 67036

E-mail: claudia.gamboa@congreso.gob.mx

COMISIÓN BICAMARAL DEL SISTEMA DE BIBLIOTECAS

Sen. Oscar Román Rosas González
Dip. María Esther Guadalupe Camargo Félix
Dip. Luz Argelia Paniagua Figueroa
Sen. Juan Carlos Romero Hicks
Sen. Adolfo Romero Lainas

SECRETARÍA GENERAL

Mtro. Mauricio Farah Gebara
Secretario General

SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS

Lic. Juan Carlos Delgadillo Salas
Secretario

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS DE DOCUMENTACIÓN, INFORMACIÓN Y ANÁLISIS

Lic. José María Hernández Vallejo
Director

DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

Lic. Víctor L. Muñoz Ortiz
Responsable de Despacho

SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS DE POLÍTICA INTERIOR

Mtra. Claudia Gamboa Montejano
Subdirectora
Coautora / Responsable

Lic. Arturo Ayala Cordero
Asistente de Investigación
Coautor

SAPI-ISS-11-18

Julio, 2018

PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES
Marco Teórico Conceptual, Antecedentes, Marco Jurídico Actual, Derecho Comparado y Opiniones Especializadas en el tema

Índice

	Pág.
INTRODUCCIÓN	2
RESUMEN EJECUTIVO	3
1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.	5
2. ANTECEDENTES DE LA PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES.	11
2.1 Políticas proteccionistas, asistencialistas y tutelares. (1960 -1979)	13
2.2 La apertura comercial bajo políticas intervencionistas. (1980-1989)	13
2.3 Políticas de desregularización, privatización de empresas e impulso de la economía de libre mercado. (1990-1999)	14
2.4 Políticas económicas no compatibles con las de garantías sociales (2000-2009)	14
2.5 Mantenimiento de políticas públicas de estabilización financiera e insuficiente crecimiento económico y social. (2010- junio de 2018)	15
2.6 Instrumentos Jurídicos relacionados cronológicamente con la protección de los Derechos de los Consumidores.	15
3. MARCO JURÍDICO GENERAL DE LA PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES.	17
3.1 Artículo 28 Constitucional	17
3.2 Artículo 73 Constitucional Fracciones X y XXIX-E.	20
3.3 Leyes Federales de Protección de los Consumidores.	21
3.4 Marco Jurídico y Normativo Ampliado y Detallado, señalado por la Procuraduría Federal del Consumidor.	24
3.5 Tesis de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.	29
4. PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL.	37
4.1 ONU, directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor.	38
4.2 Ficha Técnica Sobre la Protección de los Consumidores Parlamento Europeo.	40
4.3 Organización de Estados Americanos, Red de Consumo Seguro y Salud.	46
5. DERECHO COMPARADO	48
5.1 Disposiciones Constitucionales relativas a la Protección de los Consumidores.	48
Datos Relevantes	54
5.2 Legislación Secundaria en Materia de Protección de los Consumidores.	54
Datos Relevantes	77
6. OPINIONES ESPECIALIZADAS.	85
CONSIDERACIONES GENERALES	90
FUENTES DE INFORMACIÓN.	96

INTRODUCCIÓN

Al hacer referencia al término de consumidores, es aludir a las personas que a través de actos jurídicos o materiales adquieren, realizan o disfrutan como destinatarios finales de bienes, productos o servicios, es decir, prácticamente toda la población y/o sociedad, se ve involucrada en este tipo de transacciones comerciales, las cuales han ido evolucionado a lo largo de la historia, siendo necesaria hoy en día una protección específica, por considerarse que deben de contar con más apoyo frente a grandes consorcios comerciales o en su caso al desconocer mucho de los derechos que tiene en su calidad de consumidor.

El derecho de la protección del consumidor, es parte del derecho de la distribución, que a su vez es parte del Derecho Económico, en el que se reconocen las relaciones de consumo, las cuales puede ser previa a la contratación, durante la contratación o posterior a la contratación, con o sin la intervención de diversas instituciones de otras ramas del derecho, ejemplo de ello es el contrato y la protección del consentimiento propios del Derecho Civil.

En el caso de nuestro país, la Ley Federal de Protección a los Consumidores, es donde se encuentran las principales referencias de protección a los derechos de los consumidores, este ordenamiento tiene por objeto el promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, es de orden público, interés social, de observancia en toda la República y sus disposiciones son irrenunciables, su fundamento constitucional son principalmente los primeros párrafos del artículo 28 de la Constitución Federal, entre los cuales a partir de 1983 se precisa que la Ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

RESUMEN EJECUTIVO

Este documento de análisis relativo al tema de la protección y derechos de los consumidores, se integra por diversas secciones, siendo éstas las siguientes:

- El **Marco teórico conceptual** de la protección a los consumidores se encuentra integrado con el concepto de consumidor y de derecho del consumo; los elementos constitutivos de la relación de consumo; la relación del consumo con el derecho civil; la descripción de los derechos básicos de los consumidores señalados en la Ley en la materia.
- **Antecedentes de la protección a los consumidores**, en esta sección se presentan los antecedentes más destacables de la protección a los consumidores en México, destacando los relativos a los inicios del siglo pasado hasta la vigencia de la actual Ley Federal de Protección al Consumidor.
- **Marco jurídico general de la protección a los consumidores**, considerando que la protección a los consumidores, se encuentran en diversos ordenamientos, entre disposiciones constitucionales, leyes federales, códigos, acuerdos, normas oficiales, así como jurisprudencia en la materia, los cuales conforman un amplio marco jurídico, en constante actualización.
- **Protección a los consumidores en el Derecho Comparado**, esta sección incluye la transcripción y análisis de preceptos generales, de los países de: Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, España, Panamá, Paraguay, Uruguay y México, los cuales regulan la protección a los consumidores, destacando aquellas que por su amplitud y especialización son relevantes.
- Por último, con la sección correspondiente a las **opiniones especializadas** en protección a los consumidores, se pretende dar una visión general de lo que destacados doctrinarios presentan, reflexionan, analizan y proponen de la realidad en la materia.

CONSUMERS' PROTECTION

Theoretic and concepts framework, background and current legal framework, comparative law and experts' opinions

The present analysis is about protection and consumers' rights and it is structured by various sections as follows:

Theoretic and concepts framework is a section related to consumers' protection, it includes consumer and right of consume concepts; the elements that conform the consuming relation; relation between consume and civil right; description of consumers' basic rights the way they are appear in the Federal Law of Consumer's Protection.

Background of consumers' protection, is a section dedicated to the most outstanding precedents on consumers protection in Mexico. We highlight those related to last Century's beginnings and continue through time up to those included in the current Federal Law of Consumer's Protection.

General Legal Framework of consumers' protection, here is taken into consideration that consumers' protection is found in several legal systems, which may be constitutional dispositions, federal laws, legal codes, accords, official standards, as well as case law on the matter, that all together embody a wide spectrum framework that is constantly updated.

Consumers' protection in Comparative Law is a section that includes the transcription and analysis of general precepts that regulate consumers' protection in Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, Spain, Panama, Paraguay, Uruguay and Mexico. We have highlighted the ones that are relevant due to their scope and specialization.

Lastly, in the section **specialists' opinions** the aim is to offer a general view of what some outstanding scholars present, reflect on, analyze and propose in relation to the reality on the matter.

1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El Marco Teórico Conceptual que abarca el tema de protección a los consumidores se encuentra integrado, entre otros, con el concepto de consumidor y de derecho del consumo; los elementos constitutivos de la relación de consumo; así como la descripción de los derechos básicos de los consumidores señalados en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Atendiendo en primera instancia al concepto propiamente de bienes de consumo, a efecto de identificar exactamente a qué se hace referencia cuando se habla de un consumo en general por parte de las personas.

a) Concepto de Bienes de Consumo

“Desde la perspectiva económica, el consumo es el medio para satisfacer necesidades y sabemos que podemos encontrar entonces tres categorías de bienes y servicios:

- a) De consumo o finales, que satisfacen directamente las necesidades de los consumidores
- b) De producción o indirectos, que son utilizados en la elaboración de bienes de consumo.
- c) De capital, bienes duraderos que se emplean en la producción.

Los bienes de consumo que se producen dentro de un sistema económico son de distintos tipos: Los *bienes de consumo* son bienes finales producidos por el hombre, destinados al consumo de las personas (a diferencia de los bienes intermedios, que son bienes que se utilizan en el proceso de producción para transformarlos en bienes finales, o de los bienes de capital, que son la maquinaria que se utiliza en las industrias). Entre los bienes de consumo podemos distinguir los producidos para el consumo inmediato (caramelos, dulces), o lo que se denomina bienes duraderos, que se pueden utilizar varias veces durante largos periodos (un automóvil, un reproductor de videos o una lavadora). Sin embargo, cuando un bien de consumo (por ejemplo, un ordenador o computadora) se utiliza en una empresa para producir otros bienes, según la teoría económica será un bien de capital, y no un bien de consumo. Por lo tanto, definiremos los bienes en función del uso que se les confiera.

En general, los bienes de consumo serán aquellos bienes que se produzcan para el consumo de los individuos o familias. La cantidad de bienes de consumo que se venden en un país refleja los niveles de vida del mismo y también permiten ver los gustos y las características de la sociedad”.¹

b) Concepto de Consumidor

Consumidor. I. (Del Latín *consumere*) Consumir, según el Diccionario de la Lengua española, es gastar comestibles u otros géneros. En general, la figura del consumidor ha cobrado importancia en el mundo del derecho, por la necesidad que ha surgido, en la economía de consumo, de proteger a la parte débil en las relaciones jurídicas relativas a la adquisición de bienes y

¹ Witker, Jorge, Varela, Angélica “Derecho de la competencia económica en México”. Serie doctrina jurídica no. 157. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, 2003.pags. 254-255. Dirección en Internet: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1151/1.pdf>

servicios. En el fondo se trata, también, de proteger la libertad de empresa, comprometida por las prácticas de malos empresarios que restringen, limitan, falsean o eliminan la libertad de competencia y los efectos benéficos que produce para la colectividad. Como el consumidor se encuentra en el mercado antes de celebrar la operación, se hace necesario protegerlo, a la vez, durante el periodo de oferta o publicidad.

En resumen, la protección al consumidor comprende la de sus salud y de sus seguridad en el mercado, la de su información y la de su educación, así como el fomento o creación de agrupaciones e instituciones que lo defiendan.”²

Respecto a este mismo concepto, en la Ley Federal de Protección al Consumidor, éste se encuentra en el artículo 2 fracción I de este ordenamiento, y se determina de la siguiente forma:

“Consumidor: la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros, únicamente para los casos a que se refieren los artículos 99 y 117 de esta ley.

Tratándose de personas morales que adquieran bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción o de servicios a terceros, sólo podrán ejercer las acciones a que se refieren los referidos preceptos cuando estén acreditadas como microempresas o microindustrias en términos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, respectivamente y conforme a los requisitos que se establezcan en el Reglamento de esta ley”.³

c) Elementos constitutivos de la relación de consumo

El Maestro Fernando García Sais, nos señala que el reconocimiento de los derechos de los consumidores y su defensa se elevó a rango constitucional, por adición al artículo 28 Constitucional, publicado el 3 de febrero de 1983. Respecto de los elementos constitutivos de la relación de consumo nos indica lo siguiente:

La aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) requiere de la existencia de dos cualidades intersubjetivas en relación con un acto o hecho jurídico: (i) la presencia de una persona – física o moral- que, por los actos jurídicos o materiales que realiza, pueda ser calificada de “consumidor” u (ii) la de su correlativo, caracterizado por una persona –física o moral – que sea susceptible de ser calificada de “proveedor”. Únicamente cuando ambos, consumidor y proveedor, coinciden estaremos en presencia de una relación de consumo y, por ende, regulada y tutelada por la LFPC.

² Enciclopedia Jurídica Mexicana Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tomo II, Editorial Porrúa y Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2002 pp. 525 y 526.

³ Ley Federal de Protección al Consumidor. Dirección en Internet: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm>

La existencia de una relación de consumo puede ser de diversa naturaleza, según aparezca o se dé en un momento previo a la contratación, durante la contratación o con posterioridad a la contratación. Así se habla de actos precontractuales, contractuales y poscontractuales.

A guisa de ejemplo, entre los actos precontractuales está, por ejemplo, la publicidad comercial; entre los contractuales, la regulación de cláusulas abusivas y contratos de adhesión, y poscontractualmente, el régimen de garantías sobre productos y servicios. Inclusive, existen relaciones de consumo sin la necesidad de actos precontractuales, como son todos aquellos casos de extracottractualidad en los que existe un deber legal para los proveedores. Ejemplos de estos son la protección contra actos de discriminación, la tutela frente a registros personales y la defensa de habeas data.⁴

d) Los Derechos básicos en la Ley Federal de Protección al Consumidor

El Doctor Ovalle Favela nos enuncia los siguientes derechos básicos de los consumidores a través de incisos y su descripción, de lo que en la Ley Federal de Protección al Consumidor se denomina como principios:

En el artículo 1º de la LFPC se reconocen los siguientes derechos básicos:

- *El derecho a la protección de la vida, la salud y la seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por prácticas en el abastecimiento de productos o servicios considerados peligrosos o nocivos (Fracción I).*
- *El derecho a la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos o servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones (fracción II).*
- *El derecho a la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen (Fracción III).*
- *El derecho a la efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos (Fracción IV).*
- *El derecho al acceso a los órganos administrativos con el objeto de prevenir daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos, y garantizar la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores (Fracción V).*
- *El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores, que en la LFPC se expresa en forma específica en la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra las prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios (Fracción VII).*
- *La real y efectiva protección al consumidor 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 (Fracción VIII).*
- *El respecto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento (Fracción IX); y*

⁴ Dr. Francisco Javier Peña Razo, Dra. María Amelia Solórzano Peña y Dr. Ramiro Contreras Acevedo, “La Protección al consumidor y el proyecto de facilitación del tratado de libre comercio entre la Unión Europea y México (PROTLCUEM) Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, México 2010, Págs. 283 y 284.

- *La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas.*

El contenido del artículo 99 por su parte, señala en qué casos la Procuraduría recibirá las quejas o reclamaciones de los consumidores de manera individual o grupal las cuales podrán presentarse en forma escrita, oral, telefónica, electrónica o por cualquier otro medio, señalando los requisitos para ello, a saber:

- Señalar nombre y domicilio del reclamante;
- Descripción del bien o servicio que se reclama y relación sucinta de los hechos;
- Señalar nombre y domicilio del proveedor que se contenga en el comprobante o recibo que ampare la operación materia de la reclamación o, en su defecto, el que proporcione el reclamante;
- Señalar el lugar o forma en que solicita se desahogue su reclamación;
- Para la atención y procedencia de quejas o reclamaciones grupales, se deberá acreditar, además, que existe identidad de causa, acción, pretensiones y proveedor; la personalidad del o los representantes del grupo de quejosos; que la representación y gestión se realiza de manera gratuita, y que no están vinculadas con actividades de proselitismo político o electoral.

La misma disposición, señala que en caso de que se trate de asociaciones u organizaciones de consumidores que presenten reclamaciones grupales deberán acreditar, además:

- a)** Su legal constitución y la personalidad de los representantes.
- b)** Que su objeto social sea el de la promoción y defensa de los intereses y derechos de los consumidores.
- c)** Que tienen como mínimo un año de haberse constituido.
- d)** Que los consumidores que participan en la queja grupal expresaron su voluntad para formar parte de la misma.
- e)** Que no tienen conflicto de intereses respecto de la queja que se pretenda presentar, expresándolo en un escrito en el que, bajo protesta de decir verdad, se haga constar dicha circunstancia.
- f)** Que la representación y gestión se realiza de manera gratuita.
- g)** Que no participan de manera institucional en actividades de proselitismo político o electoral.

Se señala de igual forma, en el artículo 117 que la Procuraduría podrá actuar como árbitro entre consumidores y proveedores cuando los interesados así la designen y sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previos, observando los principios de legalidad, equidad y de igualdad entre las partes, y que las reclamaciones de las personas físicas o morales a que se refiere la fracción primera del artículo 2 de la ley, que adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación,

comercialización o prestación de servicios a terceros, serán procedentes siempre que el monto de la operación motivo de la reclamación no exceda de \$521,139.82.

e) Derecho del Consumo

De conformidad con Víctor Hugo Lares Romero, en su obra “El derecho de Protección a los Consumidores en México” el derecho del consumo es una rama jurídica perteneciente al derecho económico, de manera precisa nos señala lo siguiente:

El derecho de la protección del consumidor es parte del derecho de la distribución, desde un cierto punto de vista. Hay que recordar que el consumo es la última etapa del proceso económico. A su vez, el derecho de la distribución es parte del derecho económico en la medida que aquél puede ser comprendido por la definición de este último, entendido como “el derecho de la concentración o de la colectivización de los bienes de producción y de la organización de la economía por los poderes privados o públicos”.

El derecho del consumo concierne al derecho económico puesto que se trata de un derecho que permite actuar sobre las estructuras de la distribución y, todavía más, el aparato de producción.

Probablemente, hace algunos años se podía afirmar que el problema de la protección del consumo no concernía sino a los países desarrollados, hoy esta afirmación está completamente superada puesto que la sociedad de consumo (desperdicio) se extiende y franquea todas las fronteras. Su único límite es el poder de compra de los individuos.

El derecho del consumo no siempre ha tenido el mismo lugar, aunque su existencia pueda parecernos evidente en la actualidad. Ahora bien, de cierta manera, esta rama existe desde hace mucho tiempo, pero es una institución que poco a poco ha adquirido los rasgos de una rama jurídica perteneciente al derecho económico y tenido un carácter propio. ...

Se trata de un derecho nuevo y un tanto herético en países de estructura jurídica libera. No obstante es un derecho que aparece en este tipo de sociedades. De ahí la necesidad de concluir que el derecho del consumo es como cualquier otro. Ahora bien, la idea de un derecho del consumo parece incluir la idea de una cierta justicia distributiva; para que esto último ocurra es imprescindible la intervención del Estado, que corrija la indiferencia del mercado ante la distribución. Sólo así puede comprenderse un derecho del consumo adaptado a las necesidades de países como el nuestro.

Se puede afirmar que los abusos de los que el consumidor es víctima han tenido su origen en el sistema de la libre concurrencia donde los conflictos nacidos de las relaciones de consumo encuentran solución de acuerdo a las reglas jurídicas tradicionales.

Con el derecho que concierne al consumo sucede (como con el derecho económico) como si varias ramas del derecho fueran “tocadas” por una serie de disposiciones

*nuevas para proteger al consumidor (derecho penal económico, derecho civil, derecho sanitario, derecho administrativo, etc.)*⁵

Otro aspecto relevante de considerar es el siguiente:

“Un aspecto de gran importancia cuando se estudia el derecho del consumidor es el de su autonomía. En el criterio de Alfaro Águila-Real, el derecho del consumo carece de cualquier justificación dogmática o funcional para su construcción como disciplina autónoma, porque no puede hablarse de ésta sin que sea posible formular una parte general de la que evidentemente carece el derecho de consumo. Según este autor “aunque se utilice la expresión derecho de los consumidores, no existen principios y valoraciones comunes que permitan construir un sistema jurídico o nuevo sector normativo”.

Al no poder considerarse como un cuerpo de normas autónomo, su ubicación dentro de la clasificación tradicional del derecho que distingue entre derecho público y privado resulta también imposible.”⁶

⁵ Lares Romero Víctor Hugo, “El derecho de protección a los consumidores en México”, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México 1991, pp 23 y 24.

⁶ Witker, Jorge, Varela, Angélica “Ob. Cit. Pag. 265.

2. ANTECEDENTES DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

En relación con los antecedentes de la protección a los consumidores en México, diversos autores nos señalan una serie de hechos que han conformado la realidad del mismo, en esta sección destacamos los relativos a los inicios del siglo pasado hasta la vigencia de la actual Ley Federal de Protección al Consumidor.

El primero de ellos el Doctor José Ovalle Favela, en su obra expone una cronología amplia del reconocimiento de los derechos de los consumidores, desde la primera mitad del siglo XX, hasta la descripción de algunos elementos de la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1992, considerando la amplitud del documento sólo transcribimos los principales movimientos que dieron origen al reconocimiento de dichos derechos:

“Los derechos del consumidor, como conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, han venido siendo reconocidos sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX. Con anterioridad, tales derechos se hacían derivar de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores con base en el Código de Comercio o el Código Civil, los cuales, en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaban en el principio de la autonomía de la voluntad. El consumidor con su poca información sobre los bienes y servicios del mercado, y sobre sus derechos y obligaciones, debía enfrentar sólo sus relaciones de consumo con proveedores que contaban con mayor información y experiencia.

Sin embargo, como desde la primera mitad del siglo XX se manifestaron los primeros movimientos de los consumidores (consumerism), que reclamaron nuevas regulaciones sobre cuestiones específicas, particularmente en los Estados Unidos de América. El movimiento inicial se desarrolló en el primer decenio del siglo XX y fue provocado, entre otros factores, por el aumento de los precios, los escritos polémicos de Upton Sinclair y los escándalos relativos a las sustancias farmacéuticas. Este movimiento culminó con la aprobación del Pure Food and Drug Act de 1906 (Ley sobre la Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas), del Meat Inspection Act del mismo año (Ley sobre Inspección de Carne) y la creación, en 1914, de la Federal Trade Commission (Comisión Federal para el Comercio).

La segunda protesta de los consumidores tuvo lugar sobre la mitad del decenio de los treinta y fue motivada por un desmesurado incremento de los precios al consumidor en plena depresión económica, el escándalo de la sulfanilamida y la huelga de amas de casa de Detroit. Culminó con las reformas para fortalecer la Pure Food and Drug Act y con la aplicación de los poderes normativos de la Comisión Federal para el Comercio, para combatir las actividades y las prácticas ilícitas o fraudulentas.

Por último, el tercer movimiento de los consumidores se inició a la mitad del decenio de los sesenta y es el resultado de una compleja convergencia de circunstancias, de las cuales una de las más importantes es el contraste entre las prácticas habituales del comercio y los intereses a largo plazo de los consumidores. Los orígenes de este movimiento se hacen remontar a diversos factores, entre los que se menciona Ralph Nader, el escándalo de la talidomida, el aumento de los precios y la acción de los medios masivos de comunicación.

En marzo de 1962, el presidente John F. Kennedy propuso el “derecho a ser informado” como un derecho fundamental de los consumidores, en la directiva que formuló al Consejo de Consulta de los Consumidores, y el cual ha sido la base para muchas batallas en defensa de los intereses de los consumidores. Las cuestiones que se han debatido sobre este rama comprenden, entre otros aspectos, el derecho a conocer el verdadero costo de los intereses en las operaciones de a crédito; el costo real por unidad de productos de diversas marcas en competencia; los ingredientes fundamentales de un producto; las cualidades nutritivas de los productos alimenticios, las fechas de elaboración de los productos, así como sus respectivas fechas de caducidad etcétera.

En el decenio de los sesenta el movimiento de los consumidores se extiende también a los países europeos. Surgen asociaciones privadas de consumidores; se imprimen revistas y artículos en defensa de los consumidores; aparecen las primeras transmisiones radiofónicas y televisivas dedicadas a la información y a la educación de los consumidores; se realizan congresos, mesas redondas, debates sobre la posición del consumidor y sus derechos, y, en fin, se crean organismos administrativos para la tutela de los intereses de los consumidores en Francia, Inglaterra, Suecia y Holanda.

Las relaciones de consumo, que son objeto de los derechos de los consumidores, se establecen entre éstos y los proveedores.⁷

Por otra parte la Doctora María Amelia Solórzano Peña y el Doctor Ramiro Contreras Acevedo, de manera coincidente con otros autores, destacan en tres de sus obras una amplia y clara cronología de acontecimientos, que señalan como antecedentes de protección a los consumidores, transcribimos algunos de los datos y reflexiones más destacables señalados por los autores desde la década de los sesenta del siglo pasado hasta el año de 2015, dividida para su exposición en las siguientes etapas: ⁸

⁷ Ovalle Favela José, Derechos de los Consumidores, México DF, Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México 2015, pp. 3 a 5.

⁸ Solórzano Peña María Amelia y Contreras Acevedo Ramiro, coordinadores, “El Desarrollo del Derecho del Consumo en América Latina y la Unión Europea”, México, editorial Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, 2015 Pags. 99 y 100.

2.1 Políticas proteccionistas, asistencialistas y tutelares (1960 -1979)

- Modelo proteccionista instaurado en México, a partir de la década de los cuarenta y continuó hasta la de los sesentas.
- En 1974 las relaciones de consumo en México, se regulaban por la Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica –que controlaban la fijación de precios - El Código Sanitario y el Código Penal.
- En 1975 fue presentada la iniciativa de Ley Federal de Protección al Consumidor, en la que acogieron normas e instituciones que antes eran reguladas por el derecho privado o que se encontraban en ordenamientos como la Ley General de Normas.
- La Ley Federal de Protección al Consumidor de 1976 se creó como una legislación intervencionista y asistencialista a favor de las clases más desprotegidas.

2.2 La apertura comercial bajo políticas intervencionistas (1980-1989)

- En el periodo de 1982-1988, cuando se da la transición al modelo de Estado neoliberal, se propicia en México una economía orientada al mercado internacional.
- En 1983 se reforma el artículo 28 constitucional, incluyendo en el texto la protección a los consumidores, propiciando su organización y especificando las actividades que el Estado habría de realizar en forma exclusiva, sin sujetarlas a concepción de los particulares.
- México se adhiere al GATT en 1986 (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio).
- Reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor: mejorar la regulación de los sistemas de comercialización utilizados en el mercado nacional (1982), la competencia y la naturaleza jurídica y atribuciones

de la Procuraduría Federal del Consumidor PROFECO (1985), así como darle atribuciones y facultades de sancionar (1989)⁹.

2.3 Políticas de desregularización, privatización de empresas e impulso de la economía de libre mercado, 1990-1999)

- En 1992 la reforma al artículo 27 constitucional se orientó a reforzar la política económica neoliberal.
- Firma del TLCAN (Tratado de Libre Comercio con América del Norte).
- Reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor y a la Ley Federal de Competencia, lo cual fue publicado el 24 de diciembre de 1992.
- Orientación de la política comercial hacia la economía de mercado; como uno de sus conceptos fundamentales principales está la libre competencia.¹⁰

2.4 Políticas económicas no compatibles con las de garantías sociales (2000-2009).

- A partir del año 2001 la Procuraduría Federal del Consumidor señaló que ya no habría lugar para políticas tutelares, por lo que el nuevo rumbo que tomaría la política de protección al consumidor sería un instrumento económico que permitiera moderar las fallas del mercado.
- En el año de 2004 la Ley Federal de Protección al Consumidor fue reformada de manera integral con el objeto de acoplarse a los ejes, objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006.
- La PROFECO en 2005 presentó su “nueva filosofía”, “Pasar progresivamente, del tradicional acto de defender consumidores, a la ya impostergable labor de desarrollar una cultura de consumo inteligente”.
- En 2008 México era el país como mayor número de tratados comerciales en el mundo y, de acuerdo con el Informe global de

⁹ Ibidem. Págs. 102 y 103.

¹⁰ Ibidem. Págs. 103 y 104.

competitividad 2007-2008, nuestro país se encontraba en el lugar 52 del ranking mundial y se ubicaba entre los líderes de América Latina.

2.5 Mantenimiento de políticas públicas de estabilización financiera e insuficiente crecimiento económico y social. (2010- Junio de 2018)

- Especialistas en economía y finanzas afirman que en el caso del empleo, el salario mínimo ha perdido 70% de su capacidad adquisitiva en 30 años, y en la actualidad puede afirmarse que más de 50% de la fuerza de trabajo está ocupada en la informalidad.
- En 2010 se realizó una reforma al artículo 17 constitucional con el fin de incorporar la figura procesal de acciones colectivas, darles legitimación activa para poder demandar ante los tribunales federales la tutela de derechos colectivos o difusos.
- Se otorgó legitimación activa para ejercitar las acciones colectivas: a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros y la Comisión Federal de Competencia; a los representantes comunes de colectividades por al menos 30 miembros; a las asociaciones civiles sin fines de lucro; y al Procurador General de la República.¹¹

2.6 Instrumentos Jurídicos relacionados cronológicamente con la protección de los Derechos de los Consumidores.

Con lo que respecta a los hechos cronológicos en otros países, especialmente Estados Unidos de Norteamérica, que dieron origen a la protección a los consumidores, podrían señalar como relevantes los siguientes:

- a) Ley Sobre la Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas (EUA) 1906.
- b) Ley Sobre Inspección de Carne (EUA) 1906.

¹¹ Ibidem. Págs. 106 a 112.

- c) Comisión Federal del Comercio (EUA) 1914.
- d) Reformas a la Ley Sobre la Genuinidad de las Sustancias Alimenticias y Farmacéuticas (EUA) 1935-1940.
- e) Poderes Normativos de la Comisión Federal del Comercio (EUA) 1935-1940.
- f) Propuesta del Presidente John F. Kennedy del "Derecho a ser Informado" 1962.
- g) Surgimiento de asociaciones privadas de consumidores; se imprimen revistas y artículos en defensa de los consumidores; aparecen las primeras transmisiones radiofónicas y televisivas dedicadas a la información y a la educación de los consumidores; se realizan congresos, mesas redondas, debates sobre la posición del consumidor y sus derechos, y, en fin, se crean organismos administrativos para la tutela de los intereses de los consumidores en Francia, Inglaterra, Suecia y Holanda 1960-1970.
- h) El Código Brasileño de Defensa del Consumidor (1990).

Al respecto cabe agregar que también existen diversos instrumentos internacionales, como parte de los antecedentes de la protección a los consumidores:

- a) *La Carta Europea de Protección a los Consumidores (1973).*
- b) *El Programa Preliminar y las directivas de la Comunidad Económica Europea (1975).*
- c) *Directrices de la ONU para la Protección al Consumidor (1985).*
- d)
- a) *Incorporación del México al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (1986)*
- b) *Firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (1992).*

3. MARCO JURÍDICO AMPLIADO DE LA PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES.

Los preceptos relativos a la protección a los consumidores se encuentran en diversos ordenamientos, en la Constitución Federal se localizan en los tres primeros párrafos del Artículo 28 y las fracciones X y XXIX –E del Artículo 73, además existen diversas normas en leyes especializadas como la Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento, la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros, la Ley Federal de Competencia. En los siguientes incisos se indican algunos aspectos relativos a las disposiciones constitucionales de protección a los consumidores, los contenidos generales de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su Reglamento, y la referencia de otras disposiciones en la materia.

3.1 ARTÍCULO 28 CONSTITUCIONAL

En el texto del Artículo 28 constitucional¹², se encuentran preceptos constitucionales que señalan la protección de los consumidores. El contenido de los *párrafos primero y segundo del artículo 28* de la *Constitución Federal de 1917*¹³ contenía lo siguiente:

Texto Original

Artículo 28 En los Estados Unidos Mexicanos no habrá monopolios ni estancos de ninguna clase; ni exención de impuestos; ni prohibiciones a título de protección a la industria; exceptuándose únicamente los relativos a la acuñación de moneda, a los correos, telégrafos y radiotelegrafía, a la emisión de billetes por medio de un solo Banco que controlará el Gobierno Federal, y a los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la reproducción de sus obras, y a los que, para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.

En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos, de artículos de consumo necesarios, y que tenga por objeto obtener el alza de precios; todo acto o procedimiento que evite o tienda a evitar la libre concurrencia en la producción, industria o comercio, o servicio público; todo acuerdo o combinación, de cualquier

¹² Fuente: Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Leyes Federales Vigentes, página de Internet de la H. Cámara de Diputados <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

¹³ Fuente: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917, en edición facsimilar, Comisión de Justicia de la H. Cámara de Diputados y Archivo General de la Nación, LVII Legislatura, México, 2000. Fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

manera que se haga, de producciones, industriales, comerciantes y empresarios de transporte o de algún otro servicio para evitar la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados; y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

Este artículo ha sido reformado y/o adicionado en diez ocasiones en el lapso de 1917 a 2018, particularmente en materia de protección del consumidor destacan las reformas de 1983 y 2013, las cuales fueron publicadas en sus respectivos decretos en los Diarios Oficiales de la Federación del 3 de febrero de 1983 y del 11 de junio de 2013, el contenido de las reformas son los siguientes:

Reforma de 1983¹⁴

El Constituyente Permanente reformó los párrafos del Artículo 28 Constitucional, además de adicionar un tercer párrafo con preceptos relativos a la protección de los consumidores, en los siguientes términos:

PÁRRAFOS PRIMERO, SEGUNDO Y TERCERO DEL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, REFORMA PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DEL 3 DE FEBRERO DE 1983

“Artículo 28 En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, la prácticas, monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.

*En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos, de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de precios; todo **acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre competencia o la competencia entre sí** y obligar a los **consumidores** a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.*

Las Leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias

¹⁴ Fuente: Diario oficial de la Federación del 3 de febrero de 1983, página de internet <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=1983&month=02&day=03>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores para el mejor cuidado de sus intereses.”

Reforma de 2013¹⁵

La reforma de 2013 al párrafo segundo del Artículo 28 Constitucional, fue en los siguientes términos, se destaca en subrayado el texto reformado en el cuadro:

PÁRRAFO SEGUNDO DEL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, REFORMA PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DEL 11 DE JULIO DE 2013

“Artículo 28. ...

En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

...”

El texto vigente de los párrafos primero, segundo y tercero del artículo 28 de la Constitución Federal¹⁶, es el siguiente:

PÁRRAFOS SEGUNDO Y TERCERO DEL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, VIGENTE (MAYO DE 2018)

Artículo 28 *En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, la prácticas, monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.*

En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva

¹⁵ Diario Oficial de la Federación del 11 de junio de 2013, página de internet <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=2013&month=06&day=11>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

¹⁶ Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados, página de Internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

Las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Concretamente el párrafo segundo del Artículo 28 constitucional que señalan preceptos relativos a la protección de los consumidores, ha sido reformado dos veces, mientras que el tercer párrafo no ha tenido ninguna modificación desde su adición en 2013, en ellos se encuentra la protección constitucional de los consumidores, hasta hoy vigente.

3.2 ARTÍCULO 73 CONSTITUCIONAL FRACCIÓNES X Y XXIX-E.

En el Artículo 73 de la Constitución Federal, se determina la facultad del Congreso respecto de la protección a los consumidores específicamente en la Fracción X se precisa la facultad del Congreso para *“legislar en toda la República sobre hidrocarburos, minería, sustancias químicas, explosivos, pirotecnia, industria cinematográfica, comercio, juegos con apuestas y sorteos, intermediación y servicios financieros, energía eléctrica y nuclear y para expedir las leyes del trabajo reglamentarias del artículo 123;”* al señalar entre sus supuestos al “Comercio” y “Servicios Financieros” le atribuye al Congreso la facultad de legislar en la materia. Respecto de la fracción XXIX-E en su texto se señala la atribución del Congreso para *“expedir leyes para la programación, promoción, concertación y ejecución de acciones de orden económico, especialmente las referentes al abasto y otras que tengan como fin la producción suficiente y oportuna de bienes y servicios, social y nacionalmente necesarios.”*

3.3 LEYES FEDERALES DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES.

Derivado de lo anterior existen en el Marco Jurídico Federal, legislación específica en materia de protección a los consumidores, nos referimos a la *Ley Federal de Protección al Consumidor* principalmente, aunque existen leyes como la *Ley Federal de Competencia*, y *Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros* que de conformidad con su objeto se vinculan a la protección de consumidores, en esta última se refieren a los usuarios de servicios financieros, en los siguientes se señala el objetivo de estos ordenamientos:

OBJETO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR¹⁷

Capítulo I Disposiciones Generales

ARTÍCULO 1 ...

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

...

...

OBJETO DE LA LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS¹⁸

TÍTULO PRIMERO CAPÍTULO ÚNICO DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1o.- *La presente Ley tiene por objeto la protección y defensa de los derechos e intereses del público usuario de los servicios financieros, que prestan las instituciones públicas, privadas y del sector social debidamente autorizadas, así como regular la organización, procedimientos y funcionamiento de la entidad pública encargada de dichas funciones.*

OBJETO DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA¹⁹

Artículo 2. *Esta Ley tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre concurrencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los*

¹⁷ Ley Federal de Protección al Consumidor, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados página en internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

¹⁸ Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financiero, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados página en internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

¹⁹ Ley Federal de Competencia, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados página en internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre competencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Aspectos generales de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

De manera general en la Ley Federal de Protección al Consumidor se integran y determinan las normas relativas a las denominaciones de los siguientes capítulos y secciones:²⁰

CONTENIDO GENERAL DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	
CAPÍTULO I	<i>Disposiciones Generales.</i>
CAPÍTULO II	<i>De las autoridades.</i>
CAPÍTULO III	<i>De la información y publicidad.</i>
CAPÍTULO IV	<i>De las promociones y ofertas.</i>
CAPÍTULO V	<i>De las ventas a domicilio o fuera del establecimiento mercantil, mediatas o indirectas.</i>
CAPÍTULO VI	<i>De los servicios.</i>
CAPÍTULO VII	<i>De las operaciones a crédito.</i>
CAPÍTULO VIII	<i>De las operaciones con inmuebles.</i>
CAPITULO VIII BIS	<i>De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.</i>
CAPÍTULO IX	<i>De las garantías.</i>
CAPÍTULO X	<i>De los contratos de adhesión.</i>
CAPÍTULO XI	<i>Del incumplimiento.</i>
CAPÍTULO XII	<i>De la vigilancia y verificación.</i>
CAPÍTULO XIII	<i>Procedimientos.</i>
Sección Primera	Disposiciones Comunes
Sección Segunda	Procedimiento conciliatorio
Sección Tercera	Procedimiento arbitral
Sección Cuarta	Procedimientos por infracciones a la ley
CAPÍTULO XIV	<i>Sanciones.</i>
CAPÍTULO XV	<i>Recursos administrativos.</i>
TRANSITORIOS	Originalmente 5 artículos transitorios.

El Decreto de promulgación de la Ley Federal de Protección al Consumidor publicado en el Diario Oficial de la Federación del 24 de diciembre de 1992, se integró con 143 artículos, sin embargo en el transcurso de la vigencia de este ordenamiento se han incorporado 47 artículos (*7 bis, 8 bis, 10 bis, 18 bis, 25 bis, 29 bis, 63 bis, 63 ter, 63 quater, 63 quintus, 65 bis, 65 bis 1, 65 bis 2, 65 bis 3, 65 bis 4, 65 bis 5, 65 bis 6, 65 bis 7, 65 ter, 65 ter 1, 73 bis, 73 ter, 73 quáter, 73 quintus, 76*

²⁰ Diario Oficial de la Federación del 24 de diciembre de 1992. Dirección en Internet <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=1992&month=12&day=24>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

bis, 76 bis 1, 86 bis, 86 ter, 86 quater, 87 bis, 87 ter, 90 bis, 92 bis, 92 ter, 97 bis, 97 ter, 97 quater, 98 bis, 98 ter, 114 bis, 114 ter, 124 bis, 128 bis, 28 ter, 128 quater, 129 bis y 134 bis) por lo cual actualmente, considerando la última reforma del 14 de noviembre de 2017, se integra con 190 artículos. Cabe señalar que, además de la incorporación de nuevos artículos a través de reformas, adiciones y actualizaciones al ordenamiento, se adiciono un Capítulo (Capítulo VIII Bis, *De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.*) pasando de quince a dieciséis en número de sus capítulos.

Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor²¹

Este ordenamiento fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de agosto de 2006, del cual se indica en su artículo 1° que tiene por objeto “*reglamentar la Ley Federal de Protección al Consumidor, sin perjuicio de la aplicación de otros reglamentos sobre materias específicas*” además de precisar que la aplicación del mismos corresponde a la Procuraduría Federal del Consumidor. En el transcurso de su vigencia ha sido reformado una sola vez, de conformidad con el decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 9 de septiembre de 2016²². Se integra con 81 artículos divididos en diez capítulos con el contenido siguiente:

CONTENIDO GENERAL DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
CAPÍTULO I	<i>Disposiciones Generales.</i>
CAPÍTULO II	<i>De las medidas de apremio y medidas precautorias</i>
Sección Primera	<i>Medidas de apremio</i>
Sección Segunda	<i>Medidas precautorias</i>
CAPÍTULO III	<i>De la privacidad de la información y de la publicidad</i>
CAPÍTULO IV	<i>De las operaciones inmobiliarias</i>
CAPÍTULO V	<i>De la bonificación o compensación</i>
CAPÍTULO VI	<i>De los contratos de adhesión y del Registro Público de contratos de adhesión</i>

²¹ Diario Oficial de la Federación del 3 de agosto de 2006, página de internet http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4926974&fecha=03/08/2006, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

²² Diario Oficial de la Federación del 9 de septiembre de 2016, página de internet http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5452142&fecha=09/09/2016, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

CAPÍTULO VII	<i>De las reglas procedimentales</i>
CAPÍTULO VIII	<i>De la verificación y vigilancia</i>
CAPÍTULO IX	<i>Del dictamen</i>
CAPÍTULO X	<i>De las sanciones</i>
TRANSITORIOS	<i>2 artículos transitorios</i>

3.4 MARCO JURÍDICO Y NORMATIVO AMPLIADO Y DETALLADO, SEÑALADO POR LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.²³

Cabe destacar que la Procuraduría Federal del Consumidor, en su portal de internet precisa en el apartado denominado “*Marco Jurídico y Normativo*” la normatividad que permite conocer las disposiciones sobre los derechos de los consumidores, así como la normativa que rige la actividad de la propia Procuraduría, los cuales es muy amplia y se refiere de manera general a los Tratados Internacionales; Códigos y Leyes; Decretos; Reglamentos y Estatutos; Acuerdos; Avisos; Disposiciones Generales; Normas Oficiales Mexicanas; Contrato Colectivo de Trabajo; Código de Ética de los Servidores Públicos de la Administración Pública Federal; Normateca Interna; Criterios; circulares; y Oficios, de todos los cuales, se establece el vínculo correspondiente para consulta de sus contenidos. En los siguientes incisos se indican los que se incluyen en los rubros más relevantes:

- **Tratados Internacionales:** *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos; Pacto Internacional de Derechos Económicos; y Convención Americana sobre Derechos Humanos.*
- **Códigos y Leyes:** *Código Federal de Procedimientos Civiles; Código de Comercio; Código Civil Federal; Código Fiscal de la Federación; Código Penal Federal; Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado; Ley de Transición Energética; Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; Ley del Banco de México; Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; Ley de Ingresos de la Federación; Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas; Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles; Ley sobre Delitos de Imprenta; Ley de Tesorería de la Federación; Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos; Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas; Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito; Ley Federal del Derecho de Autor; Ley Federal de Fomento a Actividades realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil; Ley Federal sobre Metrología y Normalización; Ley Federal de las Entidades Paraestatales; Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado,*

²³ “Marco Jurídico y Normativo” Página de Internet de la Procuraduría Federal del Consumidor, <https://www.gob.mx/profeco/documentos/marco-juridico-y-normativo>, fecha de consulta 4 de mayo de 2018.

Reglamentaria del Apartado B) del Artículo 123 Constitucional; Ley Federal del Trabajo; Ley Federal de Responsabilidad Patrimonial del Estado; Ley Federal para la Administración y Enajenación de Bienes del Sector Público; Ley Federal de Competencia Económica; Ley Federal de Procedimiento Administrativo; Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo; Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; Ley de Hidrocarburos; Ley del Impuesto Sobre la Renta; Ley del Impuesto al Valor Agregado; Ley General de Contabilidad Gubernamental; Ley General de Bienes Nacionales; Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; Ley Federal de Deuda Pública; Ley Federal de Archivos; Ley de la Propiedad Industrial; Ley de Planeación; Ley General de Turismo; Ley General de Educación; Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros; Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia; Ley de Amparo, reglamentaria de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Ley de Aviación Civil; Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados; y Ley General de Responsabilidades Administrativas.

- **Reglamentos y Estatutos:** *Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor; Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor; Reglamento de la Ley Federal de Fomento a las Actividades realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil; Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica; Reglamento de Sistemas de Comercialización Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores; Reglamento de Gas Licuado de Petróleo; Reglamento de Escalafón de la Procuraduría Federal del Consumidor; Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado; Reglamento de la Ley Federal de Fomento a las Actividades realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil; Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas; Reglamento de la Ley de Hidrocarburos; Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica; Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas; Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial; Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios; Reglamento de la Ley de Transición Energética; Reglamento de la Ley del Servicio de Tesorería de la Federación; Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión; Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; Reglamento del Código Fiscal de la Federación; Reglamento de la Ley Federal de Archivos; Reglamento de la Ley General de Turismo; Reglamento de la Ley del Impuesto Sobre la Renta; Reglamento del artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; Reglamento de la Ley Federal para la Administración y Enajenación de Bienes del Sector Público; Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor; Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de concesiones permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión; Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta; Reglamento de la Ley Federal de Archivos; Reglamento del Código Fiscal de la Federación; Reglamento del artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;*

Reglamento de la Ley Federal para la Administración y Enajenación de Bienes del Sector Público; Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor; Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; y Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

- **Disposiciones Generales;** *Disposiciones de carácter general a que se refiere la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros en materia de contratos de adhesión, publicidad, estados de cuenta y comprobantes de operación emitidos por las entidades comerciales; y Acuerdo por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de las Disposiciones de carácter general a que se refiere la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros en materia de contratos de adhesión, publicidad, estados de cuenta y comprobantes de operación.*

Respecto de las **Normas Oficiales Mexicanas** competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor se indica, en la misma fuente, que se trata de “*regulaciones técnicas de observancia obligatoria expedidas por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40 de Ley Federal sobre Metrología y Normalización, que establecen las reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistemas, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, mercado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación.*”

Algunas de las Normas Oficiales Mexicanas más destacables y actuales, emitidas por la Secretaría de Economía; Secretaría de Turismo; Secretaría de Energía; Secretaría del Trabajo y Previsión Social; y la Secretaría de Salud, son las siguientes:

NORMAS OFICIALES MEXICANAS EMITIDAS POR LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA.	
NOM-002-SCFI-2011	PRODUCTOS PREENVASADOS-CONTENIDO NETO-TOLERANCIAS Y MÉTODOS DE VERIFICACIÓN.
NOM-005-SCFI-2011	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN-SISTEMA PARA MEDICIÓN Y DESPACHO DE GASOLINA Y OTROS COMBUSTIBLES LÍQUIDOS-ESPECIFICACIONES, MÉTODOS DE PRUEBA Y DE VERIFICACIÓN.
NOM-086-1-SCFI-2011	INDUSTRIA HULERA-LLANTAS NUEVAS, DE CONSTRUCCIÓN RADIAL QUE SON EMPLEADAS EN VEHÍCULOS CON UN PESO BRUTO VEHÍCULAR SUPERIOR A 4 536 KG (10 000 LB) Y LLANTAS DE CONSTRUCCIÓN DIAGONAL DE CUALQUIER CAPACIDAD DE CARGA-ESPECIFICA DE SEGURIDAD Y MÉTODO DE PRUEBA.
NOM-160-SCFI-2014	PRÁCTICAS COMERCIALES-ELEMENTOS NORMATIVOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS NUEVOS.

NORMAS OFICIALES MEXICANAS EMITIDAS POR LA SECRETARÍA DE TURISMO.	
NOM-05-TUR-2003	REQUISITOS MÍNIMOS DE SEGURIDAD A QUE DEBEN SUJETARSE LAS OPERADORAS DE BUCEO PARA GARANTIZAR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.
NOM-06-TUR-2009	REQUISITOS MÍNIMOS DE INFORMACIÓN, HIGIENE Y SEGURIDAD QUE DEBEN CUMPLIR LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE CAMPAMENTOS.
NOM-07-TUR-2002	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.
NOM-08-TUR-2002	QUE ESTABLECE LOS ELEMENTOS A QUE DEBEN SUJETARSE LOS GUÍAS GENERALES Y ESPECIALIZADOS EN TEMAS O LOCALIDADES ESPECÍFICAS DE CARÁCTER CULTURAL.
NOM-09-TUR-2002	QUE ESTABLECE LOS ELEMENTOS A QUE DEBEN SUJETARSE LOS GUÍAS ESPECIALIZADOS EN ACTIVIDADES ESPECÍFICAS. (CANCELA A LA NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-09-TUR-1997).
NOM-010-TUR-2001	DE LOS REQUISITOS QUE DEBEN CONTENER LOS CONTRATOS QUE CELEBREN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS CON LOS USUARIOS-TURISTAS. (CANCELA LA NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-010-TUR-1999).
NOM-011-TUR-2001	REQUISITOS DE SEGURIDAD, INFORMACIÓN Y OPERACIÓN QUE DEBEN CUMPLIR LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE TURISMO DE AVENTURA.

NORMAS OFICIALES MEXICANAS EMITIDAS POR LA SECRETARÍA DE ENERGÍA.	
NOM-001-ENER-2014	EFICIENCIA ENERGÉTICA DE BOMBAS VERTICALES TIPO TURBINA CON MOTOR EXTERNO ELÉCTRICO VERTICAL. LÍMITES Y MÉTODO DE PRUEBA.
NOM-002-SEDE/ENER-2014	REQUISITOS DE SEGURIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA PARA TRANSFORMADORES DE DISTRIBUCIÓN.
NOM-003-ENER-2011	EFICIENCIA TÉRMICA DE CALENTADORES DE AGUA PARA USO DOMÉSTICO Y COMERCIAL. LÍMITES, MÉTODO DE PRUEBA Y ETIQUETADO.
NOM-004-ENER-2014	EFICIENCIA ENERGÉTICA PARA EL CONJUNTO MOTOR-BOMBA, PARA BOMBEO DE AGUA LIMPIA DE USO DOMÉSTICO, EN POTENCIAS DE 0,180 KW (¼ HP) HASTA 0,750 KW (1 HP).- LÍMITES, MÉTODOS DE PRUEBA Y ETIQUETADO.
NOM-015-ENER-2012	EFICIENCIA ENERGÉTICA DE REFRIGERADORES Y CONGELADORES ELECTRODOMÉSTICOS. LÍMITES, MÉTODOS DE PRUEBA Y ETIQUETADO.
NOM-017-ENER/SCFI-2012	EFICIENCIA ENERGÉTICA Y REQUISITOS DE SEGURIDAD DE LÁMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS AUTOBALASTRADAS. LÍMITES Y MÉTODOS DE PRUEBA.
NOM-011-SESH-2012	CALENTADORES DE AGUA DE USO DOMÉSTICO Y COMERCIAL QUE UTILIZAN COMO COMBUSTIBLE GAS L.P O GAS NATURAL.- REQUISITOS DE SEGURIDAD, ESPECIFICADAS, MÉTODOS DE PRUEBA, MARCADO E INFORMACIÓN COMERCIAL.
NOM-030-ENER-2012	EFICACIA LUMINOSA DE LÁMPARAS DE DIODOS EMISORES DE LUZ (LED) INTEGRADAS PARA ILUMINACIÓN GENERAL. LÍMITES Y MÉTODOS DE PRUEBA.

NORMAS OFICIALES MEXICANAS EMITIDAS POR LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL.	
NOM-113-STPS-2009	SEGURIDAD-EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL-CALZADO DE PROTECCIÓN-CLASIFICACIÓN, ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA.
NOM-115-STPS-2009	SEGURIDAD-EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL-CASCOS DE PROTECCIÓN-CLASIFICACIÓN, ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA.
NOM-116-STPS-2009	SEGURIDAD-EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL-RESPIRADORES PURIFICADORES DE AIRE DE PRESIÓN NEGATIVA CONTRA PARTÍCULAS NOCIVAS-ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA.

NORMAS OFICIALES MEXICANAS EMITIDAS POR LA SECRETARÍA DE SALUD.	
NOM-051-SCFI/SSA1-2010	ESPECIFICACIONES GENERALES DE ETIQUETADO PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS PREENVASADOS-INFORMACIÓN COMERCIAL Y SANITARIA.
NOM-072-SSA1-2012	ETIQUETADO DE MEDICAMENTOS Y DE REMEDIOS HERBOLARIOS.
NOM-141-SSA1/SCFI-2012	ETIQUETADO PARA PRODUCTOS COSMÉTICOS PREENVASADOS. ETIQUETADO SANITARIO Y COMERCIAL.
NOM-142-SSA1/SCFI-2014	BEBIDAS ALCOHÓLICAS. ESPECIFICACIONES SANITARIAS. ETIQUETADO SANITARIO Y COMERCIAL
NOM-186-SSA1/SCFI-2013	PRODUCTOS Y SERVICIOS. CACAO, PRODUCTOS Y DERIVADOS. I CACAO. II CHOCOLATE. III DERIVADOS. ESPECIFICACIONES SANITARIAS. DENOMINACIÓN COMERCIAL.
NOM-187-SSA1/SCFI-2002	PRODUCTOS Y SERVICIOS. MASA, TORTILLAS, TOSTADAS Y HARINAS PREPARADAS PARA SU ELABORACIÓN Y ESTABLECIMIENTOS DONDE SE PROCESAN. ESPECIFICACIONES SANITARIAS. INFORMACIÓN COMERCIAL. MÉTODOS DE PRUEBA.
NOM-189-SSA1/SCFI-2002	PRODUCTOS Y SERVICIOS. ETIQUETADO Y ENVASADO PARA PRODUCTOS DE ASEO DE USO DOMÉSTICO.
NOM-213-SSA1/2002	PRODUCTOS Y SERVICIOS. PRODUCTOS CARNICOS PROCESADOS. ESPECIFICACIONES SANITARIAS. METODOS DE PRUEBA.

Además de los señalados anteriormente, también en la página de Internet de la Procuraduría Federal del Consumidor se indican algunos *Decretos* que por su materia se vinculan con los derechos de los consumidores. También se señala los vínculos relativos a los contenidos de “Acuerdos” en materia de circunscripción territorial de delegaciones, subdelegaciones y unidades de servicio; actualización de montos de las operaciones y multas; suspensión de labores; y telecomunicaciones.

3.5 TESIS DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación a través de su página de Internet, pone a disposición diversas tesis jurisprudenciales relativas a la protección de los derechos de los consumidores, en ellas nos deja precisiones del contenido de las disposiciones aplicables en esta materia, algunas de las más destacables son las siguientes:

DERECHO DE LOS CONSUMIDORES. COMO DERECHO FUNDAMENTAL DE BASE CONSTITUCIONAL TIENE UNA REGULACIÓN LEGAL, ESPECÍFICA Y PROTECTORA QUE EL JUZGADOR DEBE CONSIDERAR AL RESOLVER LOS CONFLICTOS ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES QUE SEAN DE SU COMPETENCIA PARA EVITAR ABUSOS.

Los actos de comercio se rigen por el código de la materia, las demás leyes mercantiles; y, de manera supletoria, el Código Civil Federal. Por su parte, el artículo 28 constitucional establece el principio de que la ley protegerá a los consumidores. Dicho precepto es la base de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como de otros ordenamientos, cuyos propósitos son dar contenido y hacer efectivos los derechos fundamentales de los consumidores. Dicha ley es de orden público, interés social, de observancia en toda la República y cuyas disposiciones son irrenunciables; por lo que contra su observancia no puede alegarse costumbre, práctica o convenio en contrario. Dicho ordenamiento establece, entre otras, las definiciones de proveedor al igual que la de consumidor, los principios básicos de las relaciones de consumo, una serie de medidas cuya finalidad es tanto promover como proteger los derechos y cultura del consumidor; procurando la equidad y seguridad jurídica en las mencionadas relaciones de consumo. Por lo tanto, se trata de un microsistema por sus reglas protectoras específicas donde no rige de manera absoluta el principio de autonomía de la voluntad que opera de manera general en materia civil y mercantil; sino que está sujeto a normas imperativas protectoras de los derechos de los consumidores cuyo cumplimiento debe vigilar el Estado. Por lo tanto, cuando surjan conflictos entre proveedores y consumidores debe privilegiarse la aplicación de las normas protectoras cuando sean incompatibles con las normas civiles y mercantiles, con el propósito de prevenir abusos en las relaciones de consumo cuyos conflictos deba resolver la autoridad judicial en su ámbito de competencia.²⁴

CONSUMIDOR. LA OBTENCIÓN DEL MÁXIMO BENEFICIO CON SUS RESERVAS, ES UN DERECHO HUMANO DEL CONSUMIDOR TUTELADO EN EL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, QUE SE COMPLEMENTA CON LAS DIRECTRICES DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA SU PROTECCIÓN.

Las Directrices de la Organización de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, de nueve de abril de mil novecientos ochenta y cinco, contenidas en la resolución 39/248 reconocen, implícitamente ciertos derechos, en la medida en que pretende lograr o mantener una protección adecuada de los consumidores, particularmente de quienes se encuentran en los países en desarrollo. 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

²⁴ Fuente: Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet :
<https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=163370&Expresion=CONSUMIDORES>

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, que se resumen en: a) La protección del consumidor frente a los riesgos de salud y su seguridad. La directiva 11, establece la obligación de los gobiernos de adoptar o fomentar la adopción de medidas apropiadas, incluidos sistemas jurídicos, reglamentaciones de seguridad, normas nacionales o internacionales, o voluntarias y el mantenimiento de registros de seguridad para garantizar que los productos sean inocuos en el uso al que se destinan o normalmente previsible; 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 en su caso, cuando no fuere posible otorgando una compensación al consumidor; b) Promoción y protección de los derechos económicos de los consumidores. Entendido como el derecho de los consumidores a obtener el máximo beneficio con sus recursos económicos, evitando el empleo de prácticas como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios así como la promoción de la competencia leal; c) El acceso de los consumidores a una información adecuada como obligación gubernamental que en su caso 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, tomando en consideración la tradición cultural del "pueblo de que se trate"; d) La educación del consumidor. Que debe incluir aspectos como la sanidad, nutrición, prevención de enfermedades transmitidas por los alimentos y su adulteración; peligros de los productos; rotulado de productos; legislación pertinente, 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) La compensación efectiva al consumidor, a través de procedimientos oficiales o extraoficiales que sean rápidos, justos, poco costosos y asequibles, facilitando a los consumidores información sobre los procedimientos vigentes para obtenerla y solucionar controversias; f) Asociación de consumidores para defensa de sus intereses; y, g) La promoción de modalidades sostenibles de consumo, entendido como el conocimiento de que las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes o futuras se satisfacen de modo tal que "puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental". Acorde con la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar el derecho humano que subyace en la controversia judicial el tribunal de amparo tiene facultad para reconocer el valor jurídico interpretativo pro persona a las directrices establecidas por la Organización de las Naciones Unidas puesto que la Asamblea General de las Naciones Unidas es un órgano formado de representantes de todos los Estados miembros, que expresan una voluntad colectiva respecto a los principios y normas jurídicas que han de regir la conducta de los Estados, a los que no puede permanecer ajeno al tribunal nacional, lo cual trasciende para que garantice una política de competencia tendiente a lograr el óptimo uso o asignación de recursos escasos, tanto a través de la eficiencia en la producción, considerando la relación entre el costo de los insumos y su producción final desde la óptica de la empresa; como desde la posición del consumidor de bienes y servicios, asignándolos de tal manera que ninguno obtenga provecho indebido a costa de otros, pues importa que el Estado a través de la ley y sus normas reglamentarias, así como el órgano u órganos especializados para regular la competencia económica, y en su caso que tutelen los derechos de los consumidores establezcan mecanismos y garantías que permitan la entrada de nuevos competidores al mercado; la amenaza de sustitutos; el poder de negociación de los proveedores; el poder de negociación de los consumidores y la

*rivalidad real entre competidores; y también deben intervenir directamente en los casos en que el daño que se produce sea sustancial para las personas o un sector de la sociedad consumidora.*²⁵

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. TIENE FACULTAD PARA EJERCER ACCIONES Y REALIZAR TRÁMITES Y GESTIONES EN REPRESENTACIÓN DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES.

*La Procuraduría citada es el órgano encargado de promover y proteger los derechos e intereses de los consumidores, para lo cual, el artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor le da amplias facultades para tomar todas aquellas medidas que considere necesarias para hacer efectiva esa protección, incluyendo la promoción de acciones, la interposición de recursos, y la realización de trámites y gestiones que se requieran, sin imponer limitación alguna en cuanto al tipo de acciones o recursos que puede promover. Asimismo, la fracción II del precepto citado le permite ejercer acciones "en representación de los intereses" de los consumidores, en cumplimiento de las atribuciones que le da la ley, esto es, cuando ejerce acciones judiciales con base en dicha fracción, su pretensión no está dirigida a demostrar la vulneración en la esfera jurídica de uno o varios consumidores individualmente identificados, sino a hacer efectivas las disposiciones de la ley, como es el caso de las prohibiciones expresas que en ésta se establecen respecto del contenido de los contratos de adhesión, en cuyo caso no actúa en representación de consumidores individualmente identificados, sino de los intereses de los consumidores en general, ejerciendo pretensiones que no afectarán necesariamente en forma directa la esfera jurídica de los consumidores.*²⁶

TELECOMUNICACIONES. LA FACULTAD PARA EMITIR NORMAS OFICIALES MEXICANAS EN MATERIA DE DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES DE ESTE TIPO DE SERVICIOS, RECAE EN LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y NO EN LA COMISIÓN FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.

*La Ley Federal de Telecomunicaciones no otorgaba a la Comisión Federal de Telecomunicaciones -extinguida con motivo de la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante el decreto de reformas constitucionales publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013-, atribuciones específicas para regular lo relativo a los derechos de los consumidores de los servicios en ese sector, sin que ello pueda advertirse del artículo 9-A, fracción I, de dicho ordenamiento, que le permitía dictar normas oficiales mexicanas en materia de telecomunicaciones, pues las necesidades legítimas y específicas de los consumidores son atendidas por un marco legal especial. Por tanto, al no haber una disposición especial que le otorgara competencia al órgano referido para normar los derechos de los consumidores de los servicios de telecomunicaciones, la facultad para emitir normas oficiales mexicanas de este tipo recae en la Secretaría de Economía, de conformidad con el artículo 30. de la Ley Federal de Protección al Consumidor.*²⁷

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. SU RELACIÓN JURÍDICA CON LOS PROVEEDORES Y CONSUMIDORES SE UBICA EN UN PLANO DE SUPRA A SUBORDINACIÓN.

²⁵ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2002127&Expresion=CONSUMIDORES>

²⁶ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2008645&Expresion=CONSUMIDORES>

²⁷ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2005863&Expresion=CONSUMIDORES>

Si se toma en consideración, por un lado, que de acuerdo con la teoría general del derecho las relaciones de supra a subordinación se entablan entre gobernantes y gobernados, por actuar los primeros en un plano superior a los segundos, en beneficio del orden público y del interés social, y por otro, que de conformidad con lo dispuesto en los artículos 1o. y 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, este ordenamiento tiene por objeto promover y proteger los derechos de los consumidores, además de procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, sus normas son irrenunciables y contra su observancia no pueden alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario; así como que la Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, tiene funciones de autoridad administrativa y su funcionamiento se rige por lo dispuesto en aquella ley, en sus reglamentos y en su estatuto, es inconcuso que dicho organismo al ejercer sus facultades legalmente señaladas establece una relación de supra a subordinación con los proveedores y consumidores, ya que en un plano superior los subordina, al regular y conciliar, a nombre del Estado, las relaciones derivadas del consumo y, en su caso, resolver sus diferencias e, incluso, al sancionarlos en las hipótesis establecidas en la referida ley.²⁸

ACCIONES COLECTIVAS A FAVOR DE LOS CONSUMIDORES. LEGITIMACIÓN, COMPETENCIA Y OBJETO.

En los artículos 21 y 26 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se advierte el reconocimiento de la existencia de intereses difusos o colectivos de los consumidores, tutelados a través de las acciones colectivas o de grupo, cuya legitimación corresponde, en el caso de los consumidores, a la Procuraduría Federal del Consumidor, las cuales deben ejercerse ante autoridad jurisdiccional del orden federal, previo análisis de su procedencia, tomando en consideración la gravedad, el número de reclamaciones o denuncias que se hubieran presentado en contra del proveedor o la afectación general que pudiera causarse a los consumidores en su salud o en su patrimonio, y cuyo objeto puede ser indemnizatorio, para resarcir de los daños y perjuicios causados, o preventivo, para impedir, suspender o modificar las conductas que puedan causarlos.²⁹

TELECOMUNICACIONES. LOS CONCESIONARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO RELATIVO SE RIGEN TANTO POR LA NORMATIVA TÉCNICA APLICABLE Y PERTINENTE A LA MATERIA, COMO POR LA QUE TUTELA Y GARANTIZA LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.

De la interpretación sistemática de los artículos 7 y 9-A de la Ley Federal de Telecomunicaciones, de la exposición de motivos que dio origen a dicho ordenamiento y de los preceptos 1, 2 y 5 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se colige que dentro de las funciones de regulación, promoción y supervisión del desarrollo eficiente y la cobertura social amplia de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México, a cargo de la Comisión Federal de Telecomunicaciones -extinguida con motivo de la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante el decreto de reformas constitucionales publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013-, no se incluía la regulación para la protección de los usuarios de esos servicios en su carácter de consumidores. Ello es así, porque en nuestro país existe un marco jurídico especial para la protección de los derechos de los consumidores y la actuación de los órganos encargados de su vigilancia y aplicación, el cual comprende disposiciones que se encargan de regular los aludidos derechos, de manera general, en relación con todo tipo de

²⁸ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=188377&Expresion=CONSUMIDORES>

²⁹ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=169985&Expresion=CONSUMIDORES>

*bienes o servicios, y hace referencia precisa de los actos y servicios que escapan de su ámbito de aplicación, sin que el servicio público de telecomunicaciones se ubique en este último supuesto. Por ello, los concesionarios de ese servicio público se rigen tanto por la normativa técnica aplicable y pertinente al servicio que prestan, como por la que tutela y garantiza los derechos de los consumidores.*³⁰

PROPAGANDA COMERCIAL, REQUISITOS PARA LA.

*El sistema de propaganda en el cual los consumidores de un artículo deben canjear envases o partes de ellos, del mismo artículo, por un boleto que les da como único derecho participar en el sorteo de determinados objetos, no equivale a una bonificación, pues interviene el azar para obtener alguno de dichos objetos, elemento ajeno a la bonificación; por otra parte, los consumidores no reciben por igual tales objetos, de donde se desprende que no hay bonificación sobre el precio de venta, sino sólo un sistema de propaganda, que no encaja en los artículos 21 y 22 del Reglamento de las fracciones IV y V del artículo 5o. de la Ley Orgánica del artículo 28 constitucional, y por lo mismo, la Secretaría de Economía Nacional no puede imponer una multa al comerciante que sigue tal sistema, sin el consentimiento de dicha Secretaría.*³¹

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. SOLO ES APLICABLE A LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES.

*Los actos jurídicos celebrados entre comerciantes, industriales o de unos con otros, en los cuales no se dé una relación de proveedor a consumidor, no se encuentran regulados por la Ley Federal de Protección al Consumidor, pues de conformidad con la exposición de motivos de ésta, tal ordenamiento recoge preceptos dispersos en la legislación civil y mercantil, buscando moderar los principios de igualdad entre las partes, de libertad de contratación y de autonomía de la voluntad, les dio coherencia y unidad en un solo ordenamiento y los elevó a la categoría de normas de derecho social, con el propósito fundamental de igualar a quienes en la vida económica son desiguales, como lo son, por una parte, el proveedor y, por la otra, el consumidor, tutelando los intereses de éste, al considerarlo como parte débil frente al proveedor. En tal virtud, dicho ordenamiento crea un régimen jurídico singular y contiene disposiciones que constituyen excepciones a las reglas generales establecidas en la legislación civil y mercantil, de suerte que debe ser interpretado restrictivamente, por lo que no puede ser aplicado a caso alguno que no esté expresamente especificado en el mismo, como lo dispone el artículo 11 del Código Civil para el Distrito Federal. En consecuencia, como la Ley Federal de Protección al Consumidor es proteccionista de los intereses del consumidor, sólo es aplicable a las relaciones jurídicas en las que intervengan tanto un proveedor como un consumidor y, en consecuencia, no quedan sujetos a ella los actos en los que las partes carezcan de tales cualidades, entendiéndose por proveedor a los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, los organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución de bienes y prestación de servicios a consumidores, y por consumidor a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios, de acuerdo con las definiciones contenidas en los artículos 2o. y 3o. de dicha Ley.*³²

³⁰ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2005865&Expresion=CONSUMIDORES>

³¹ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=319667&Expresion=CONSUMIDORES>

³² Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=201604&Expresion=CONSUMIDORES>

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. LA LEY FEDERAL RELATIVA ES UN ORDENAMIENTO DE CARÁCTER TRANSVERSAL, POR LO QUE ABARCA LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES, EN LA MEDIDA EN QUE INCIDAN EN LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES.

Los derechos económicos, sociales y culturales, como derechos fundamentales de segunda generación, son de carácter multidisciplinario, y su vinculación se expande y debe incidir en todo el orden jurídico, acorde al principio que establece la dimensión objetiva de los derechos fundamentales. En este sentido, la Ley Federal de Protección al Consumidor, al igual que otras que reflejan valores y fines constitucionales que se estiman preferentes, es de naturaleza transversal u horizontal, que se extiende a todas las relaciones sociales que deban ser protegidas y reguladas. Es por ello que dicha ley impacta e incide en otros ordenamientos y en cualquier práctica comercial; regulación que no deja fuera los servicios de telecomunicaciones, en la medida en que incidan en las relaciones entre proveedores y consumidores. Así, en determinadas circunstancias, puede darse una concurrencia de reguladores donde existen intereses públicos y colectivos que exigen ser tutelados, en una relación o función sincrónica, complementaria e integral.³³

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.

Del examen integral y sistemático de los citados preceptos se advierte que compete al Congreso de la Unión legislar 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, párrafo tercero, y 87, de la misma ley estableció, en defensa de los consumidores, modalidades, condiciones y requisitos que los proveedores deben 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.³⁴

CONSUMIDOR. EL DERECHO A SU PROTECCIÓN TIENE RANGO CONSTITUCIONAL.

Tras la reforma a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de febrero de 1983, el Constituyente Permanente elevó a rango constitucional el derecho de protección al consumidor, y desde entonces prevé un mandato para que el legislador establezca reglas de protección al consumidor y reconoce el derecho de organización de los consumidores para la mejor defensa de sus intereses, lo cual responde a la

³³ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2005854&Expresion=CONSUMIDORES>

³⁴ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=177519&Expresion=CONSUMIDORES>

situación de desventaja en que se encuentran como individuos aislados frente a los actores con los que interactúan en la dinámica del mercado, y al hecho de que existen derechos de los consumidores que, cuando son objeto de violación en masa o en grupo, adquieren mayor relevancia que lo que puedan representar las repetidas instancias de violación individual. En ese sentido, la Ley Federal de Protección al Consumidor da contenido al derecho social previsto en el artículo 28 constitucional, ya que en aquélla se atribuyeron a la Procuraduría Federal del Consumidor las facultades que se consideraron necesarias para que la protección del derecho de los consumidores sea eficaz y se establecieron los mecanismos para realizar dicha protección.³⁵

INTERESES COLECTIVOS O DIFUSOS. SUS CARACTERÍSTICAS Y ACCIONES PARA SU DEFENSA.

Los intereses colectivos o difusos son los pertenecientes a todos los miembros de una masa o grupo de la sociedad, sin posibilidad de fraccionarse en porciones para cada uno, ni de defensa mediante las acciones individuales tradicionales, ni de ejercerse aisladamente, o bien, que siendo factible su separación, la prosecución de procesos singulares, por una o más personas carece de incentivos reales, tanto por resultar más costosos los procedimientos empleados que la reparación que se pueda obtener, como por su falta de idoneidad para impedir a futuro los abusos denunciados, a favor de toda la comunidad de afectados. Esto tiene lugar generalmente, en relación a medidas o estrategias desplegadas contra grupos sin organización ni representación común, como la amplia gama de consumidores, o con las afectaciones al medio ambiente, con los que se perjudican los intereses de todos los ciudadanos en general. En atención a tal imposibilidad o dificultad, en la época contemporánea las leyes han venido creando mecanismos generadores de acciones que resultan idóneas a las peculiaridades de estos intereses, como la acción popular, o con la legitimación a grupos u organizaciones sociales que garanticen solvencia material y moral, y seriedad para dar seguimiento consistente y llevar hasta el final esta clase de acciones, como sucede en distintos ámbitos o naciones; en el derecho mexicano del consumidor, la legitimación se otorga a la Procuraduría Federal del Consumidor, para el ejercicio de las acciones tuitivas de intereses difusos de los consumidores.³⁶

COMPETENCIA. ELEMENTOS QUE INTEGRAN ESE CONCEPTO Y PRESUPUESTO PARA CONSIDERARLA DESLEAL.

El concepto de competencia alude al menos a cuatro elementos: los competidores, el mercado, la mercancía y la clientela. Los cuales se describen de la forma siguiente: a) competidor: persona física o moral que realiza una actividad económica independiente, frente a otra que también la lleva a cabo, en una relación tal, que la actividad de una, desarrollada por sí o por conducto de un tercero, puede beneficiar o lesionar la de la otra; b) mercado: conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del Estado; conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado sector; conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio; o bien, el Estado y la evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado; c) mercancía: el bien o la actividad que los competidores ofrecen, prestan o anuncian a la clientela; y, d) clientela: se integra por consumidores potenciales de mercancías o servicios ofrecidos por los competidores. Con base en lo anterior, puede decirse que la competencia supone una relación entre sujetos, personas físicas o morales, que ejercen actividades económicas en forma independiente, por medio de la venta de mercancías o prestación de servicios en relación con una clientela, de modo que puedan resultar repercusiones entre ellos a

³⁵ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2008636&Expresion=CONSUMIDORES>

³⁶ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=169861&Expresion=CONSUMIDORES>

*causa del ejercicio de sus actividades. En ese sentido, la libre competencia, en principio, no puede ser restringida por el solo hecho de que el éxito de un competidor conduzca a la ruina de otro, siempre que los medios para hacerla no sean reprochables, pues de serlo, resultaría desleal.*³⁷

DERECHOS DEL CONSUMIDOR. INCLUYE EL RECLAMO POR DAÑOS CAUSADOS POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS (INTERPRETACIÓN DE LA ÚLTIMA PARTE DEL TERCER PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 28 CONSTITUCIONAL).

*Organismos internacionales de los que México es parte, han señalado las directrices para hacer efectiva la protección de los derechos de los consumidores. Entre ellas, está el que los gobiernos fortalezcan e implementen una política enérgica de protección al consumidor según las circunstancias económicas y sociales de cada país, principalmente, frente a los riesgos para la salud y seguridad (resolución 39/284 de la ONU). Por su parte, la Procuraduría Federal del Consumidor ha difundido el derecho a la protección, la información, la seguridad y calidad, y el derecho a la compensación, como algunos de los derechos de los consumidores. De ahí que una interpretación amplia del artículo 28 constitucional es en sentido de que esos derechos que la ley debe proteger incluye el que cualquier persona que haya sufrido daños en su seguridad o salud, a causa de la utilización de productos defectuosos, esté legitimada para demandar al productor su resarcimiento o reparación y, durante el juicio, el afectado deberá demostrar el vínculo entre los daños y el defecto, considerando además si el producto cumplió o no con las normas de seguridad, así como la información sobre los riesgos y condiciones normales de uso.*³⁸

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, ARTICULO TERCERO. ESTE ORDENAMIENTO JURIDICO, TIENE COMO FIN BASICO LA REGULACION DE LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES, TENDIENTES A EVITAR PRACTICAS MERCANTILES LESIVAS EN PERJUICIO DE ESTOS. (RELACION CONTRACTUAL ENTRE LA EMPRESA CONCESIONARIA DEL TRANSPORTE Y EL CONSUMIDOR).

La Ley Federal de Protección al Consumidor fundamentalmente contiene reglas encaminadas a equilibrar las relaciones entre los consumidores y los proveedores, dotando a aquellos de los instrumentos jurídicos necesarios para denunciar, ante un órgano perfectamente determinado, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor, las trasgresiones a los preceptos que protegen su consumo, adquisición de bienes o utilización de servicios públicos o privados. Esta autoridad está dotada de facultades determinadas para intervenir en esas relaciones y resolver lo conducente, que es precisamente la función de la Procuraduría Federal del Consumidor, en los términos del artículo 57 de la ley que la rige, sin que sea correcto el que entre el proveedor del Servicio Público de Transporte Aéreo y el consumidor existan relaciones administrativas, por virtud de la concesión ya que la relación jurídica entre la concesionaria y el usuario es contractual, puesto que aun cuando las partes no convengan o negocien entre sí y libremente las condiciones de la prestación del servicio, basta el acuerdo de dos o más personas para producir o transferir obligaciones y derechos, como elemento suficiente a los efectos de configurar un contrato según lo dispone el artículo 1793 del Código Civil para el Distrito Federal (contratos mercantiles, Arturo Díaz Bravo, Harla, S.A. de C.V., página 13). A este tipo de relaciones jurídicas se les denomina precisamente "contratos de adhesión", y son definidos como aquellos cuyas cláusulas han sido redactadas por una autoridad o unilateralmente por las partes, sin que la contraparte, para aceptarlas, pueda discutir su contenido y se sostiene su naturaleza contractual partiendo de la definición que ofrece el artículo 1793 del Código Civil para el Distrito Federal. Así pues, en todo

³⁷ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2003500&Expresion=CONSUMIDORES>

³⁸ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=167938&Expresion=CONSUMIDORES>

contrato, si bien debe existir libertad entre las partes, esta libertad sólo puede ser para celebrarlo, es decir, para producir o transferir derechos y obligaciones, o bien, para discutir su contenido o ambas cosas a la vez. De lo anterior se desprende que los principios fundamentales que rigen la libertad en el contrato son dos: 1. Libertad de contratar, que existe cuando se tiene la facultad para celebrar o no celebrar el contrato, así como para escoger a la persona con que se celebró; y, 2. Libertad contractual, que se refiere a la facultad de las partes para convenir en cuanto a la forma y el contenido del contrato (Sánchez Medal Urquiza, José Ramón, de los contratos civiles, sexta edición, México 1982, Editorial Porrúa, S.A.) y habrá contrato cuando existan los dos principios o uno solo. En este orden de ideas, resulta irrelevante que por el hecho de que la autoridad administrativa concedente es la que establece las condiciones de la prestación del servicio público, "jamás hubo convención entre la concesionaria y el usuario, sino única y exclusivamente la aplicación de la tarifa", toda vez que como ya se ha explicado, no es necesaria la discusión entre las partes, bastando únicamente, para que exista contrato, que cada uno de los contratantes haya querido que nazcan derechos y obligaciones, que es el caso del contrato de transporte aéreo. En consecuencia, si la Procuraduría Federal del Consumidor tiene como finalidad la de evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses de los consumidores, y si el usuario se quejó porque en su perjuicio se incrementó el precio de boleto al momento de iniciarse el vuelo, es indudable que el asunto en cuestión sí está regulado por la Ley Federal de Protección al Consumidor.³⁹

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 1o. DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, QUE ESTABLECE SU OBJETO Y REGULA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, NO TRANSGREDE EL ARTÍCULO 1o. DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.

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 cultura del consumidor, no significa que los derechos que correspondan a los proveedores estén excluidos de dicha legislación y que, por ende, se trate de una norma discriminatoria y violatoria del artículo 1o. 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 proveedores y consumidores; además, porque conforme a la fracción IX del artículo 1o. 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.⁴⁰

4.- DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES A NIVEL INTERNACIONAL

Este apartado se integra principalmente con el contenido de tres importantes instrumentos jurídicos a nivel internacional en materia de protección a los Derechos de los Consumidores, como el caso de lo señalado en las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, el contenido de la Ficha Técnica sobre la Protección de Consumidores emitida por el Parlamento Europeo y

³⁹ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=231957&Expresion=CONSUMIDORES>

⁴⁰ Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=177527&Expresion=CONSUMIDORES>

la descripción de la Red de Consumo Seguro y Salud, de la Organización de Estados Americanos.

4.1 ONU, directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor⁴¹ (ampliadas en 1999)

En el documento denominado “Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor” publicado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, se indica que los criterios para la protección del consumidor conteniendo los siguientes objetivos:

OBJETIVOS DE LAS DIRECTRICES PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

- a) *Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de **consumidores**;*
- b) *Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los **consumidores**;*
- c) *Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los **consumidores** a que adopten estrictas normas éticas de conducta;*
- d) *Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los **consumidores**;*
- e) *Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del **consumidor**;*
- g) *Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los **consumidores** una mayor selección a precios más bajos;*
- h) *Promover un **consumo** sostenible.*

Respecto del cuadro anterior, se señala en la parte relativa de los *Principios Generales* del documento, que las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

NECESIDADES LEGÍTIMAS DE LAS DIRECTRICES

- a) *La protección de los **consumidores** frente a los riesgos para su salud y su seguridad;*
- b) *La promoción y protección de los intereses económicos de los **consumidores**;*
- c) *El acceso de los **consumidores** a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;*
- d) *La educación del **consumidor**, incluida la educación sobre la repercusión*

⁴¹ Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, (ampliadas en 1999). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Dirección en Internet: <http://unctad.org/es/Docs/poditccclpm21.sp.pdf>, fecha de consulta 25 de abril de 2018.

-
- ambiental, social y económica que tienen las elecciones del consumidor;*
- e) La posibilidad de compensación efectiva al **consumidor**;*
 - f) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de **consumidores** y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten;*
 - g) La promoción de modalidades sostenibles de **consumo**.*

Principalmente en el documento se precisan los contenidos de las directrices que serán aplicables tanto a los bienes y servicios producidos en el país como a los importados, de manera enunciativa son las siguientes:

DIRECTRICES

- a) Seguridad física;*
- b) Promoción y protección de los intereses económicos de los **consumidores**;*
- c) Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de **consumo**;*
- d) Sistemas de distribución de servicios y bienes de **consumo** esenciales;*
- e) Programas de educación e información;*
- f) Promoción de modalidades sostenibles de **consumo**; y*
- g) Medidas relativas a esferas concretas (específicamente de alimentos, agua y productos farmacéuticos)*

Por último, otro aspecto importante que cabe destacar de manera general, es que en el documento se indican en el rubro relativo a la cooperación internacional, los deberes que los gobiernos deben de atender, en un contexto regional o subregional, y son los siguientes:

DEBERES DE LOS GOBIERNOS

- a) Establecer, examinar, mantener o fortalecer, según proceda, los mecanismos para el intercambio de información relativa a políticas y medidas nacionales en la esfera de la **protección del consumidor**;*
- b) Cooperar o alentar la cooperación en la aplicación de las políticas de **protección del consumidor** para conseguir mejores resultados en el marco de los recursos existentes. Como ejemplos de ese tipo de cooperación podrían citarse la colaboración en el establecimiento o utilización conjunta de instalaciones de ensayo, procedimientos comunes de ensayo, intercambio de información de interés para el **consumidor** y de programas de educación, programas conjuntos de capacitación y preparación conjunta de reglamentaciones;*
- c) Cooperar para mejorar las condiciones en que los productos esenciales se ofrecen a los **consumidores**, prestando la debida atención a los precios y a la calidad. Entre las formas que podría revestir esa cooperación figuran la adquisición conjunta de productos esenciales, el intercambio de información sobre las distintas posibilidades de*

adquisición y la adopción de acuerdos sobre especificaciones regionales para los productos.

Particularmente podemos destacar de manera concreta que en el documento denominado: “Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor” publicado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, se pretende la protección de los consumidores respecto de rubros precisos como la protección de salud y seguridad; protección de sus derechos económicos; acceso a la información de consumidores; educación respecto al consumo; compensación efectiva; constitución de grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores; y promoción de modalidades sostenibles de consumo.

4.2 Ficha Técnica Sobre la Protección de los Consumidores Parlamento Europeo.⁴²

En la página de internet del Parlamento Europeo se publican las fichas técnicas, indicando que están diseñadas para ofrecer al público en general, de forma sencilla, concisa y precisa una visión global de las instituciones y las políticas de la Unión Europea, así como el papel desempeñado por el Parlamento Europeo en su evolución, señalando que las fichas técnicas se dividen en cinco capítulos:

- 1) *Funcionamiento de la Unión Europea*
- 2) *Economía, ciencia y calidad de vida*
- 3) *Cohesión, crecimiento y empleo*
- 4) *Ciudadanos: derechos fundamentales, seguridad y justicia*
- 5) *Relaciones exteriores de la Unión.*

Respecto del **Capítulo segundo, Economía, ciencia y calidad de vida**, se precisa que en este capítulo se “enuncia los principios del mercado interior y la protección de los consumidores y la salud pública, describe una serie de políticas de la Unión, tales como la política social, de empleo, de industria, de investigación, de energía y de medio ambiente, así como el contexto de la unión económica y monetaria (UEM), y

⁴² Fichas Técnicas sobre la Unión Europea, “Las Medidas de Protección de los Consumidores”, página de internet del Parlamento Europeo, http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_2.2.2.html, fecha de consulta 25 de abril de 2018.

explica cómo las políticas económica, de competencia y de fiscalidad se coordinan y controlan”.

En el rubro correspondiente a la *protección de los consumidores y la salud pública*, se incluye el numeral correspondiente a **“Las medidas de protección de los consumidores”**, en donde se precisa que “las medidas europeas de *protección de los consumidores* tienen por objeto proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos y jurídicos de los consumidores europeos, independientemente del lugar en el que residan o al que viajen y del lugar donde realicen sus compras dentro de la Unión. La legislación de la Unión regula tanto las transacciones físicas como el comercio electrónico, e incluye tanto normas de aplicación general como disposiciones dirigidas a productos específicos, en particular, medicamentos, organismos modificados genéticamente, productos del tabaco, cosméticos, juguetes y explosivos” el contenido general de la ficha técnica es el siguiente:

“BASE JURÍDICA

Artículos 114 y 169 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE).

OBJETIVOS

garantizar que todos los consumidores de la Unión, dondequiera que residan, viajen o compren en la Unión, disfruten de un nivel común elevado de protección contra los riesgos y amenazas para su seguridad y sus intereses económicos; aumentar la capacidad de los consumidores para defender sus propios intereses.

RESULTADOS

a) LA PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

1. Las acciones de la Unión en el ámbito de la salud pública y el tabaco (2.2.4)
2. Los productos alimentarios (2.2.6)
3. Los medicamentos (2.2.5)
4. El sistema de seguridad general de los productos y la vigilancia del mercado

La Directiva 2001/95/CE establece un sistema de seguridad general de los productos por el cual cualquier producto de consumo que haya sido comercializado tiene que respetar determinadas normas en lo relativo al suministro de información a los consumidores, las medidas para evitar riesgos para la seguridad, el control de la seguridad del producto y la trazabilidad, y ello aunque no esté regulado por la normativa de un sector específico. Cuando un producto constituya una amenaza grave que requiera medidas inmediatas, el Estado miembro interesado informará sin demora a la Comisión por medio de RAPEX, sistema de intercambio rápido de información entre los Estados miembros y la Comisión.

5. La seguridad de los productos cosméticos, los explosivos de uso civil y los juguetes

El Reglamento (CE) n.º 1223/2009 sobre los productos cosméticos sustituyó a la Directiva 76/768/CEE del Consejo sobre cosméticos y a todas sus modificaciones y adaptaciones. Este Reglamento tiene por objeto garantizar la seguridad de los productos cosméticos y la protección de los consumidores mediante inventarios de ingredientes y etiquetas informativas. La mayor parte de las disposiciones del nuevo Reglamento ya eran de aplicación antes del 11 de julio de 2013. Los requisitos de seguridad de los explosivos de uso civil y productos similares (como los artículos pirotécnicos) se recogen en las Directivas 93/15/CEE, 2008/43/CE y 2004/57/CE, y en la Decisión 2004/388/CE, recientemente refundidas todas ellas en la Directiva 2014/28/UE sobre explosivos con fines civiles y en la Directiva 2013/29/UE sobre artículos pirotécnicos. Los requisitos de seguridad de

los juguetes (por ejemplo, riesgos mecánicos, toxicidad e inflamabilidad, o juguetes distribuidos en alimentos) se establecen en la Directiva 2009/48/CE. El Comité Europeo de Normalización (CEN) revisa y desarrolla las normas pertinentes.

6. Los sistemas europeos de intercambio de información y vigilancia

Mediante las Decisiones 93/683/CEE y 93/580/CEE se instauró un sistema europeo para la investigación de los accidentes domésticos y de ocio (EHLASS, por sus siglas en inglés), que reúne información sobre accidentes en el hogar y accidentes ocurridos durante las actividades de ocio, así como un sistema comunitario de intercambio de información sobre los riesgos que comportan determinados productos para la salud o la seguridad de los consumidores (exceptuados los productos farmacéuticos y los productos destinados a ser utilizados por profesionales).

B. LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS DE LOS CONSUMIDORES

1. Los servicios de la sociedad de la información, el comercio electrónico y los pagos electrónicos y transfronterizos

La Directiva 2000/31/CE (Directiva sobre comercio electrónico) regula la responsabilidad de los prestadores de servicios (establecidos en la Unión) en relación con servicios por internet (entre empresas, entre empresas y consumidores o prestados gratuitamente al beneficiario que se financian, por ejemplo, con los ingresos de la publicidad o del patrocinio), transacciones electrónicas en línea (televenta interactiva de bienes y servicios y, en particular, centros de compra en línea) y otras actividades en línea, como difusión de noticias, bases de datos y servicios financieros, servicios profesionales (como los prestados por abogados, médicos, contables y agentes inmobiliarios), servicios de entretenimiento (vídeo a la carta), mercadotecnia y publicidad directas, y servicios de acceso a internet. La Directiva 97/5/CE relativa a las transferencias transfronterizas y el Reglamento (CE) n. 2560/2001 sobre los pagos transfronterizos garantizan que las comisiones relacionadas con los pagos transfronterizos efectuados en euros (giros transfronterizos, operaciones de pago electrónico transfronterizas y cheques transfronterizos) sean idénticas a las comisiones exigidas para los pagos efectuados en esta moneda dentro de un Estado miembro.

2. La televisión sin fronteras

La Directiva 89/552/CEE (modificada por la Directiva 2007/65/CE) garantiza la libre circulación de los servicios de radiodifusión, al tiempo que preserva determinados objetivos de interés público, como la diversidad cultural, el derecho de réplica, la protección de los consumidores y la protección de los menores. Sus disposiciones se refieren, por ejemplo, a los anuncios de bebidas alcohólicas, tabaco y medicamentos, a la televenta y a los programas con escenas pornográficas o de violencia extrema. Los acontecimientos de gran importancia social se deben difundir libremente de forma no codificada, aunque los derechos exclusivos hayan sido adquiridos por cadenas de pago.

3. Los contratos de venta a distancia y los contratos negociados fuera de establecimientos mercantiles, la venta de bienes y garantías, y las cláusulas abusivas en los contratos

El 13 de junio de 2014, la Directiva 2011/83/UE, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores sustituyó a la Directiva 85/577/CEE del Consejo y a la Directiva 97/7/CE, estableciendo normas uniformes sobre los aspectos comunes relativos a los contratos a distancia y los celebrados fuera del establecimiento mercantil. Dicha Directiva modificó asimismo la Directiva 93/13/CEE del Consejo sobre las cláusulas abusivas en los contratos y la Directiva 1999/44/CE sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo. Gracias a ella se reforzaron los derechos de los consumidores mediante el establecimiento de normas relativas a la información que se les debe proporcionar, la regulación del derecho de desistimiento y la armonización de determinadas disposiciones contractuales.

La Directiva 2002/65/CE regula la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.

4. Las prácticas comerciales desleales, la publicidad engañosa y la publicidad comparativa

La Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores prohíbe las prácticas engañosas y agresivas, las «prácticas abusivas» (como la venta bajo presión, la publicidad engañosa y la publicidad desleal), así como las prácticas de venta que recurran a la coacción, con independencia del lugar de compraventa. En ella se recogen los criterios utilizados para definir una práctica comercial agresiva (acoso, coacción e influencia indebida), así como una «lista negra» de las prácticas comerciales desleales. La Directiva 2006/114/CE sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa prohíbe las prácticas publicitarias

engañosas. Establece asimismo las condiciones en las que se permite la publicidad comparativa. Una Comunicación de la Comisión, de 27 de noviembre de 2012 (COM(2012)0702), propuso la revisión de la Directiva 2006/114/CE para solventar las lagunas del texto y centrarse en el problema de las prácticas engañosas de empresas dedicadas a la elaboración de directorios.

5. La responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos y la indicación de precios

La Directiva 85/374/CEE, modificada por la Directiva 99/34/CEE, establece el principio de responsabilidad objetiva del productor en caso de daños provocados por un producto defectuoso. El consumidor perjudicado que desee obtener una compensación debe poder demostrar el daño, el defecto en el producto y la relación de causa-efecto entre ambos elementos en un plazo de tres años. La Directiva 98/6/CE sobre los precios por unidad obliga a los comerciantes a indicar el precio de venta y el precio por unidad de medida a fin de mejorar y simplificar las comparaciones de precios y de cantidades entre los productos comercializados. La Directiva 1999/44/CE establece garantías para los productos adquiridos por los consumidores, para lo cual exige a los comerciantes que venden bienes de consumo en la Unión que subsanen los defectos existentes en el momento de la entrega que se manifiesten en el plazo de dos años.

6. El crédito al consumo

La Directiva 2008/48/CE tiene por objeto uniformizar el nivel de protección de los derechos de que disfrutaban los consumidores en el mercado único. Establece la obligación de facilitar un amplio conjunto de datos a los consumidores con suficiente antelación a la celebración del contrato, también como parte del acuerdo de concesión del crédito. Los prestamistas están obligados a utilizar la misma información normalizada europea sobre el crédito al consumo, es decir, toda la información pertinente sobre el contrato, incluido el coste del crédito y la tasa anual equivalente que se cobra. Los consumidores disponen de un plazo de catorce días a partir de la conclusión del contrato para desistir del crédito sin tener que aducir motivo alguno. Asimismo, tienen la posibilidad de reembolsar el crédito por anticipado en todo momento, aunque el prestamista tiene derecho a exigir una compensación justa y justificada objetivamente.

7. Los viajes combinados y los inmuebles en régimen de tiempo compartido

La Directiva (UE) 2015/2302 protege los derechos fundamentales de los consumidores cuando estos reservan unas vacaciones combinadas (incluido el derecho a disponer de una información completa antes de efectuar la reserva, el derecho a ceder la reserva a otra persona en caso de no poder ir uno mismo y el derecho a ser reembolsado y repatriado en caso de quiebra del organizador) u otras formas de viajes combinados, como, por ejemplo, cuando alguien reserva en un sitio web su propia combinación de vuelo y hotel o coche de alquiler.

La Directiva 2008/122/CE sobre contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio contempla la obligación de información referente a los elementos constitutivos del contrato y el derecho de desistimiento en un plazo de catorce días naturales, sin necesidad de justificación y sin coste alguno. Además, incluye una lista de elementos que han de constar en la información precontractual mediante formularios normalizados disponibles en todas las lenguas de la Unión. El 12 de marzo de 2014, el Parlamento aprobó la propuesta de Directiva relativa a los viajes combinados y los servicios asistidos de viaje, y por la que se derogaba la Directiva 90/314/CEE.

8. El transporte aéreo

Los Reglamentos (CE) n.º 261/2004 y (CE) n.º 2027/97 (en su versión modificada) establecen normas comunes sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y de cancelación o gran retraso de los vuelos, y sobre la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente (pasajeros y equipajes). El Reglamento (CEE) n.º 2299/89 sobre los sistemas informatizados de reserva (SIR) para productos de transporte aéreo (en su versión modificada) establece las obligaciones que deberán cumplir los vendedores de sistemas (para que todos los transportistas aéreos estén en pie de igualdad) y los transportistas (para comunicar la información a todos los sistemas con la misma solicitud y puntualidad). El Reglamento (CEE) n.º 2409/92 establece unos procedimientos y criterios comunes aplicables a la determinación de las tarifas y fletes cobrados por las compañías aéreas por servicios aéreos dentro de la Unión. El Reglamento (CE) n.º 2320/2002 (en su versión modificada) establece unas normas comunes para la seguridad de la aviación civil, a raíz de los actos terroristas cometidos el 11 de septiembre de 2001.

9. Los mercados de la energía

El tercer paquete de la legislación de la Unión sobre el mercado de la energía (adoptado en 2009) se promulgó para mejorar el funcionamiento del mercado interior de la energía y resolver problemas estructurales; abarca cinco ámbitos principales, incluida una mayor transparencia en los mercados minoristas en beneficio de los consumidores. La Directiva 2012/27/UE pone a los consumidores de energía en condiciones de gestionar mejor su consumo, garantizándoles un acceso fácil y gratuito a los datos de consumo gracias a un sistema de medición individual. La Directiva 2010/30/UE tiene por objeto garantizar que la información compleja sobre el consumo y la eficiencia energética de determinados aparatos domésticos se presente en un formato claro y comprensible, gracias al cual los consumidores puedan decantarse con conocimiento de causa por la compra de los aparatos más eficientes. En el mercado interior europeo de la energía, todos los ciudadanos de la Unión tienen derecho a tener sus hogares conectados a redes energéticas y a elegir con total libertad cualquier proveedor de gas o electricidad que preste servicios en su zona.

10. La Red de centros europeos de los consumidores (Red CEC o «Euroventanillas») y el portal «Tu Europa»

La Red CEC ofrece información y presta asistencia a los consumidores en el marco de las transacciones transfronterizas. Esta red colabora también con otras redes europeas, en particular FIN-NET (ámbito financiero), Solvit (mercado interior) y la Red Judicial Europea en materia civil y mercantil.

El portal «Tu Europa» ofrece a los consumidores información pormenorizada sobre derechos contractuales, servicios de telecomunicaciones e internet, servicios y productos financieros, posibles casos de trato abusivo, suministro de energía y resolución de litigios en materia de consumo[1].

C. LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES JURÍDICOS DE LOS CONSUMIDORES

1. Procedimientos de resolución alternativa de litigios y resolución de litigios en línea

Los procedimientos de resolución alternativa de litigios (RAL) son mecanismos extrajudiciales que ayudan a la resolución de conflictos entre consumidores y comerciantes, en su mayoría a través de un tercero, por ejemplo, un mediador, un árbitro o un defensor del cliente. La Recomendación 98/257/CE, la Decisión 20/2004/CE y la Resolución 2000/C 155/01 del Consejo, de 25 de mayo de 2000, establecen los principios que hay que respetar en los procedimientos de RAL, con el fin de garantizar a cada consumidor soluciones jurídicas más rápidas y menos onerosas. La Directiva 98/27/CE relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores (en su versión modificada) armoniza las legislaciones nacionales y de la Unión vigentes y, al objeto de defender los intereses colectivos de los consumidores, introduce las «acciones de cesación», que se podrán interponer ante los órganos jurisdiccionales competentes en cada Estado miembro en caso de infracción cometida por un operador comercial de otro país. La Directiva 2013/11/UE, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo ofrece a los consumidores la posibilidad de recurrir a entidades de resolución alternativa de litigios de calidad en todo tipo de litigios contractuales con empresas a raíz de una compraventa celebrada o no en línea, en el ámbito nacional o transfronterizo.

El Reglamento (UE) n.º 524/2013, de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea permite que los consumidores y comerciantes de la Unión resuelvan en línea litigios relativos a compras nacionales y transfronterizas por medio de una plataforma de resolución de litigios a escala de la Unión a la que pueden adherirse las entidades de resolución alternativa de litigios desde febrero de 2016.

2. La Red Judicial Europea en materia civil y mercantil y la obligación de cooperación de las autoridades nacionales

Esta red se creó mediante la Decisión 2001/470/CE con objeto de simplificar la vida de los ciudadanos confrontados a litigios de ámbito transfronterizo, mejorando los mecanismos de cooperación judicial entre los Estados miembros en materia civil y mercantil y aportándoles información práctica que les facilite el acceso a la justicia. El Reglamento (CE) n.º 2006/2004 establece una red de autoridades nacionales encargadas de la aplicación efectiva de la legislación de la Unión en materia de protección de los consumidores a las que obliga, desde el 29 de diciembre de 2005, a cooperar a fin de garantizar la aplicación de la legislación de la Unión y poner fin a toda infracción, recurriendo a los instrumentos jurídicos apropiados, por ejemplo, cesaciones, en caso de infracción dentro de la Unión.

Papel del Parlamento Europeo

Con el procedimiento legislativo ordinario (conocido anteriormente como codecisión) y la ampliación de los ámbitos legislativos a los que se aplica el procedimiento de votación por mayoría cualificada en el Consejo, el Parlamento Europeo ha adquirido las competencias necesarias para participar activamente en el desarrollo y el refuerzo de la legislación de la Unión en materia de protección de los consumidores, y encontrar, al mismo tiempo, un justo equilibrio entre los intereses del mercado y los de los consumidores. Así, por ejemplo, el 23 de junio de 2011, el Parlamento aprobó por una mayoría aplastante (615 votos a favor, 16 en contra y 21 abstenciones) la Directiva sobre los derechos de los consumidores, que reforzó los derechos de estos respecto de los contratos a distancia y los celebrados fuera del establecimiento mercantil, introdujo una mayor transparencia de los precios, prohibió el uso de casillas marcadas previamente y arrojó luz sobre la obligación de ofrecer información sobre el contenido digital, con vistas a infundir más confianza a los consumidores europeos. El 13 de febrero de 2013, a petición del Parlamento, la Comisión presentó un paquete de medidas sobre la seguridad de los productos y la vigilancia del mercado, destinado a mejorar los sistemas de vigilancia del mercado en los Estados miembros. El Parlamento aprobó este paquete en el Pleno del 15 de abril de 2014. El Parlamento desempeñó también un papel crucial a la hora de ampliar el ámbito de aplicación del Reglamento sobre la resolución de litigios en línea a fin de ofrecer a los ciudadanos europeos un modo barato y de fácil acceso para resolver contenciosos. Además de adoptar legislación, el Parlamento debate periódicamente cuestiones relativas a la protección del consumidor, lo que se traduce en resoluciones como la del 4 de febrero de 2014 sobre la aplicación de la Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales, o la del 23 de octubre de 2012 sobre los derechos de los pasajeros en todos los modos de transporte”.

De forma general en el documento se determina que los objetivos del mismo, son los de “garantizar que todos los consumidores de la Unión, donde quiera que residan, viajen o compren en la Unión, disfruten de un nivel común elevado de protección contra los riesgos y amenazas para su seguridad y sus intereses económicos; aumentar la capacidad de los consumidores para defender sus propios intereses”. Por otra parte el documento se divide en tres incisos correspondientes a los resultados los cuales se refieren a: *la protección de la salud y la seguridad de los consumidores; la protección de los intereses económicos de los consumidores y la protección de los intereses jurídicos de los consumidores*, los cuales a su vez se subdividen en acciones, directivas, reglamentos y decisiones, que precisan normas de aspectos concretos de consumo.

4.3 Organización de Estados Americanos, Red de Consumo Seguro y Salud

En el contenido de la resolución de la Organización de Estados Americanos AG/RES 2830 (XLIV – 0/14)⁴³ se describe a la Red de Consumo Seguro y Salud en los siguientes términos:

La Red Consumo Seguro y Salud (RCSS) es el foro interamericano interdisciplinario especializado en promover, a nivel nacional y hemisférico, la protección de las personas consumidoras a través del intercambio de información sobre seguridad de los productos de consumo y la diseminación de mejores prácticas sobre política pública y regulación de los productos de consumo. La RCSS se enfoca principalmente en las siguientes actividades:

i. La recolección, clasificación y publicación de alertas sobre seguridad de productos y de otras acciones –tales como los retiros del mercado– emprendidas por parte de los miembros de la RCSS así como por las agencias competentes en los principales mercados que ya cuentan con sistemas de alerta rápida sobre productos inseguros.

ii. El diseño y administración de un Sistema Interamericano de Alertas Rápidas (SIAR) integrado, incluyendo la alineación de conceptos y metodologías sobre seguridad de los productos de consumo entre las agencias gubernamentales de la Región.

iii. La creación de sinergias entre la RCSS y los foros regionales e internacionales especializados en seguridad de productos.

La creación de un espacio de promoción de la creación de capacidades, diseminación de mejores prácticas regulatorias e intercambio de información técnica, a través de la capacitación del personal de las autoridades de protección al consumidor, salud y metrología en la Región.

Al respecto en la página de internet de la Organización de los Estados Americanos⁴⁴, se indica que “La Red Consumo Seguro y Salud (RCSS) es una herramienta al servicio de los consumidores y autoridades de la región, para el intercambio de información y experiencias, difusión de la temática y educación sobre seguridad de los productos de consumo y su impacto en la salud. La Red brinda fácil acceso a información relevante sobre productos considerados inseguros por mercados del mundo con avanzados sistemas de alerta y constituye un ámbito de capacitación de funcionarios sobre seguridad de los productos de consumo.” Acentuando que la Red “es el primer esfuerzo Interamericano para contribuir a la conformación y

⁴³ Organización de los Estados Americanos, Resolución AG/RES 2830 (XLIV 0/14) Dirección en Internet: http://www.oas.org/es/sla/rcss/resoluciones/AG_2014ESP.pdf

⁴⁴ Organización de los Estados Americanos, Red de Consumo Seguro y Salud Dirección en Internet: http://www.oas.org/es/sla/rcss/sobre_rcss.asp

consolidación de los sistemas nacionales y regionales destinados a fortalecer la seguridad de los productos.”

De conformidad con el portal de internet señalado, la Red de Consumo Seguro y Salud, tiene por objetivos los siguientes:

El objetivo de la Red es contribuir a la conformación y consolidación de los sistemas nacionales y regionales destinados a fortalecer la seguridad de los productos, y de esta forma proteger la salud de los consumidores, a través de la detección rápida y la acción coordinada para evitar el ingreso de productos de consumo no alimentarios inseguros a los mercados americanos.

La RCSS pretende fomentar la protección de la seguridad y salud de los consumidores, mediante la creación a nivel hemisférico de un portal Web, que permita compilar y publicar de forma permanente las principales alertas regionales y mundiales de productos de consumo; ofrecer un espacio para la compilación de estándares, reglamentos y normas técnicas, mejores prácticas de vigilancia de mercados para la seguridad de productos, directorio de autoridades y especialistas, módulo de capacitación online, entre otros; y servir de herramienta para el intercambio seguro de información ente las autoridades competentes.

La RCSS es el primer paso en los esfuerzos hacia la construcción de un verdadero Sistema Interamericano de Alerta Temprana (SIAT), en el cual los países Americanos tienen la oportunidad de comenzar a intercambiar sus propias alertas sobre seguridad de los productos, y articular en bloque los esfuerzos con las iniciativas globales. Para comenzar a construir el SIAT, se han planeado actividades de capacitación y concientización para los países con menor avance relativo en el tema, y será preciso armonizar criterios a los efectos de recopilar alertas de manera uniforme, constante y actualizada.

5. DERECHO COMPARADO

5.1 DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES RELATIVAS A LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES.

Los siguientes cuadros contienen la transcripción de los preceptos constitucionales relativos a la protección de los consumidores en las constituciones de: Bolivia, Colombia; Costa Rica; El Salvador; Ecuador; España; Panamá y Paraguay.

CONSTITUCION DE BOLIVIA ⁴⁵	CONSTITUCION COLOMBIA ⁴⁶	CONSTITUCION DE COSTA RICA ⁴⁷
<p>Artículo 75. Las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los consumidores gozan de los siguientes derechos:</p> <p>1. Al suministro de alimentos, fármacos y productos en general, en condiciones de inocuidad, calidad, y cantidad disponible adecuada y suficiente, con prestación eficiente y oportuna del suministro.</p> <p>2. A la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.</p> <p>Artículo 302.</p> <p>I. Son competencias exclusivas de los gobiernos municipales autónomos, en su jurisdicción:</p>	<p>Artículo 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.</p> <p>Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.</p> <p>El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser</p>	<p>ARTÍCULO 46.- Son prohibidos los monopolios de carácter particular, y cualquier acto, aunque fuere originado en una ley, que amenace o restrinja la libertad de comercio, agricultura e industria.</p> <p>Es de interés público la acción del Estado encaminada a impedir toda práctica o tendencia monopolizadora.</p> <p>Las empresas constituidas en monopolios de hecho deben ser sometidas a una legislación especial.</p> <p>Para establecer nuevos monopolios en favor del Estado o de las Municipalidades se requerirá la aprobación de dos tercios de la totalidad de los miembros de la Asamblea Legislativa.</p> <p>Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un</p>

⁴⁵Constitución de Bolivia. Dirección en Internet: http://www.comunicacion.gob.bo/sites/default/files/docs/Nueva_Constitucion_Politica_del_Estado_Boliviano_0.pdf

⁴⁶ Constitución de Colombia. Dirección en Internet: <http://www.secretariasenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>

⁴⁷ Constitución de Costa Rica. Dirección en Internet: http://www.pgrweb.go.cr/scij/busqueda/normativa/normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=871&strTipM=TC

1. ... 37. Políticas que garanticen la defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito municipal. ...	representativas y observar procedimientos democráticos internos.	trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias.
--	--	--

CONSTITUCION DE EL SALVADOR ⁴⁸	CONSTITUCION DE ECUADOR ⁴⁹	CONSTITUCION DE ESPAÑA ⁵⁰
<p>Art. 101.- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano. El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con</p>	<p>TITULO II DERECHOS Capítulo tercero Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria - Sección novena Personas usuarias y consumidoras</p> <p>Art. 51.- Se reconoce a las personas privadas de la libertad los siguientes derechos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No ser sometidas a aislamiento como sanción disciplinaria. 2. La comunicación y visita de sus familiares y profesionales del derecho. 3. Declarar ante una autoridad judicial sobre el trato que haya recibido durante la privación de la libertad. 4. Contar con los recursos humanos y materiales necesarios para garantizar su salud integral en los centros de privación de libertad. 5. La atención de sus necesidades educativas, laborales, productivas, culturales, alimenticias y recreativas. 6. Recibir un tratamiento preferente y especializado en el caso de las mujeres embarazadas y en periodo de lactancia, adolescentes, y las personas adultas mayores, enfermas o con discapacidad. 7. Contar con medidas de protección para las niñas, niños, adolescentes, personas con discapacidad y personas adultas mayores que estén bajo su cuidado y dependencia. <p>Concordancias:</p>	<p>Defensa de los consumidores</p> <p>Artículo 51</p> <p>1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.</p>

⁴⁸ Constitución de El Salvador. Dirección en Internet: https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072857074_archivo_documento_legislativo.pdf

⁴⁹ Constitución de Ecuador. Organización de los Estados Americanos. Dirección en Internet: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

⁵⁰ Constitución de España. Senado de España. Dirección en Internet: <http://www.senado.es/web/conocersenado/normas/constitucion/detalleconstitucioncompleta/index.html#t1>

<p>igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.</p>	<p>CODIGO DE EJECUCION DE PENAS Y REHABILITACION SOCIAL, CODIFICACION, Arts. 20, 21</p> <p>Sección novena Personas usuarias y consumidoras</p> <p>Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.</p> <p>Concordancias: LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Arts. 4, 6 LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL, CODIFICACION, Arts. 322</p> <p>Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.</p> <p>Concordancias: CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1572</p> <p>Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.</p> <p>Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.</p> <p>Concordancias: CODIGO PENAL, Arts. 428, 429, 430, 568 LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Arts. 6</p> <p>Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.</p> <p>Concordancias: LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Arts. 4, 61 LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA, Arts. 67 LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA DEL SISTEMA FINANCIERO, Arts. 18, 123 Capítulo cuarto</p>	<p>2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca.</p> <p>3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.</p>
---	---	--

	<p>Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades</p> <p>Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente. Para ello, será responsabilidad del Estado:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiadas para garantizar la soberanía alimentaria.9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos	
--	--	--

	<p>que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.</p> <p>13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.</p> <p>14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.</p> <p>Concordancias: LEY DE AGUAS, CODIFICACION, Arts. 2, 3, 5, 21 LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL, CODIFICACION, Arts. 120 LEY ORGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA, Arts. 67 LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA DEL SISTEMA FINANCIERO, Arts. 15, 112, 132, 137</p> <p>Art. 364.- Las adicciones son un problema de salud pública. Al Estado le corresponderá desarrollar programas coordinados de información, prevención y control del consumo de alcohol, tabaco y sustancias estupefacientes y psicotrópicas; así como ofrecer tratamiento y rehabilitación a los consumidores ocasionales, habituales y problemáticos. En ningún caso se permitirá su criminalización ni se vulnerarán sus derechos constitucionales. El Estado controlará y regulará la publicidad de alcohol y tabaco.</p>	
--	---	--

CONSTITUCION DE PANAMA ⁵¹	CONSTITUCION DE PARAGUAY ⁵²
<p>ARTICULO 49. El Estado reconoce y garantiza el derecho de toda persona a obtener bienes y servicios de calidad, información veraz, clara y suficiente sobre las características y el contenido de los bienes y servicios que adquiere; así como a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.</p> <p>La Ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, su educación y los procedimientos de defensa del consumidor y usuario, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la trasgresión de estos derechos.</p>	<p>Artículo 27 - DEL EMPLEO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL</p> <p>El empleo de los medios de comunicación es de interés público; en consecuencia, no se los podrá clausurar ni suspender su funcionamiento.</p> <p>No se admitirá la prensa carente de dirección responsable.</p> <p>Se prohíbe toda práctica discriminatoria en la provisión de insumos para la prensa, así como interferir las frecuencias radioeléctricas y obstruir, de la manera que fuese, la libre circulación, la distribución y la venta de periódicos, libros, revistas o demás publicaciones con dirección o autoría responsable.</p> <p>Se garantiza el pluralismo informativo.</p>

⁵¹ Constitución de Panamá. Dirección en Internet: www.constitucion.gob.pa/tmp/file/1/Texto-editado-por-la-Asamblea-Nacional.pdf

⁵² Constitución de Paraguay. Dirección en Internet: https://www.oas.org/juridico/spanish/par_res3.htm

	La ley regulará la publicidad a los efectos de la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer.
--	--

Datos Relevantes:

De los cuadros comparativos, anteriormente señalados, se destacan los preceptos constitucionales que pretenden la protección de los consumidores en su salud y seguridad, siendo particularmente los más destacables el de Costa Rica y el de Ecuador.

En el caso de Costa Rica, se señala de manera concreta los derechos que tienen los consumidores y usuarios, como los siguientes: protección de su salud; ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, así como a un trato equitativo. Por otra parte, la Constitución del Ecuador regula, aspectos tales como: derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características; mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos; reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos; sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras; sistemas de atención y reparación; responsabilidad estatal por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos; responsabilidad civil y penal por la deficiente prestación de servicios, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore; responsabilidad por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas, entre otros.

5.2 LEGISLACIÓN SECUNDARIA EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES.

En los países de Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, España, Panamá; Paraguay y Uruguay, se encuentran leyes en materia de protección de los consumidores, en los que se precisan los denominados derechos, básicos, fundamentales o irrenunciables del consumidor, en los siguientes cuadros se transcriben los textos relativos a esos derechos y posteriormente se precisan los datos relevantes de los mismos.

Derechos de los Consumidores

BOLIVIA	CHILE	COLOMBIA
LEY 453 LEY GENERAL DE LOS DERECHOS DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y DE LAS CONSUMIDORAS Y LOS CONSUMIDORES ⁵³	LEY 19496 ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, REPÚBLICA DE CHILE ⁵⁴	LEY 1480 ESTATUTO DEL CONSUMIDOR ⁵⁵
<p>CAPÍTULO SEGUNDO DERECHOS Y GARATÍAS DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y DE LAS CONSUMIDORAS Y CONSUMIDORES SECCIÓN I DERECHO A LA SALUD E INTEGRIDAD FÍSICA Artículo 8.- (DERECHO A LA SALUD E INTEGRIDAD FÍSICA) Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tienen <u>derecho a recibir productos o servicios en condiciones de inocuidad en</u></p>	<p>TITULO II Disposiciones generales Párrafo 1º Los derechos y deberes del consumidor Artículo 3º.- <u>Son derechos y deberes básicos del consumidor:</u> a) La libre elección del bien o servicio. El silencio no constituye aceptación en los actos de consumo; b) El derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos; c) El no ser discriminado arbitrariamente por parte de proveedores de bienes y servicios; d) La seguridad en el consumo de bienes o servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los</p>	<p>CAPÍTULO II. OBJETO, ÁMBITO DE APLICACIÓN, CARÁCTER DE LAS NORMAS Y DEFINICIONES. ARTÍCULO 3o. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. <u>Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:</u></p>

⁵³ Ministerio de Justicia del Estado Plurinacional de Bolivia. Dirección en Internet: http://www.justicia.gob.bo/images/stories/pdf/ley_453_vdduc.pdf

⁵⁴ Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Dirección en Internet: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438&buscar=19.496>

⁵⁵ Presidencia de la República de Colombia. Dirección en Internet: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/ley%201480%20de%202012%20de%20octubre%20de%202011.pdf>

<p><u>resguardo de su salud e integridad física.</u></p> <p style="text-align: center;">SECCIÓN II</p> <p style="text-align: center;">DERECHO Y CONDICIONES PARA LA ALIMENTACIÓN</p> <p>Artículo 10 (DERECHO AL ACCESO A LA ALIMENTACIÓN) Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y <u>los consumidores tiene derecho al acceso a alimentos</u> autorizados, de manera regular, permanente, continua y libre, cuantitativa y cualitativamente adecuados y suficientes.</p> <p style="text-align: center;">SECCIÓN III</p> <p style="text-align: center;">DERECHO A LA INFORMACIÓN</p> <p>Artículo 13 (DERECHO A LA INFORMACIÓN) <u>Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, tiene derecho a recibir información,</u> fidedigna, veraz, completa, adecuada, gratuita y oportuna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen.</p> <p style="text-align: center;">SECCIÓN IV</p> <p style="text-align: center;">DERECHO AL TRATO EQUITATIVO</p> <p>Artículo 17 (DERECHO AL TRATO EQUITATIVO)</p> <p>I. <u>Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tiene derecho a un trato equitativo</u> por parte de los proveedores en la oferta de sus productos y servicios.</p> <p>II. Los proveedores deberán utilizar criterios objetivos y no discriminatorios, en la oferta de</p>	<p>riesgos que puedan afectarles;</p> <p>e) El derecho a la reparación e indemnización adecuada y oportuna de todos los daños materiales y morales en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor, y el deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley le franquea, y</p> <p>f) La educación para un consumo responsable, y el deber de celebrar operaciones de consumo con el comercio establecido.</p> <p>Son derechos del consumidor de productos o servicios financieros:</p> <p>a) Recibir la información del costo total del producto o servicio, lo que comprende conocer la carga anual equivalente a que se refiere el artículo 17 G, y ser informado por escrito de las razones del rechazo a la contratación del servicio financiero, las que deberán fundarse en condiciones objetivas.</p> <p>b) Conocer las condiciones objetivas que el proveedor establece previa y públicamente para acceder al crédito y para otras operaciones financieras.</p> <p>c) La oportuna liberación de las garantías constituidas para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones, una vez extinguidas éstas.</p> <p>d) Elegir al tasador de los bienes ofrecidos en garantía, entre las alternativas que le presente la institución financiera.</p> <p>e) Conocer la liquidación total del crédito, a su solo requerimiento.</p> <p>Artículo 3º bis.- El consumidor podrá poner término unilateralmente al contrato en el plazo de 10 días contados desde la recepción del producto o desde la contratación del servicio y antes de la prestación del mismo, en los siguientes casos:</p> <p>a) En la compra de bienes y contratación de servicios realizadas en reuniones convocadas o concertadas con dicho objetivo por el proveedor, en que el consumidor deba expresar su aceptación dentro del mismo día de la reunión.</p> <p>El ejercicio de este derecho se hará valer mediante carta certificada enviada al proveedor, al domicilio que señala el contrato, expedida dentro del plazo indicado en el en el encabezamiento;</p> <p>b) En los contratos celebrados por medios electrónicos, y en</p>	<p>1. Derechos:</p> <p>1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.</p> <p>1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.</p> <p>1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.</p> <p>1.4. Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.</p> <p>1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o</p>
--	---	--

<p>productos o servicios, para satisfacer las necesidades de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.</p> <p>III. La protección de este derecho se hará efectiva conforme a la presente Ley, sin perjuicio de las previsiones establecidas en la Ley No 045 Contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación.</p> <p style="text-align: center;">SECCIÓN VI DERECHO A LA LIBRE ELECCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Artículo 24 (DERECHO A LA LIBRE ELECCIÓN)</p> <p>I. <u>las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tiene derecho a elegir los productos y servicios que requieran, al igual que seleccionar o cambiar de proveedor que a su criterio les sea conveniente.</u></p> <p>II. los proveedores de productos o servicios, no podrán ordenar o inducir a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores a contratar con determinados proveedores o quienes proporcionen servicios auxiliares.</p> <p style="text-align: center;">SECCIÓN VII DERECHO A LA RECLAMACIÓN Artículo 26. (DERECHO A LA RECLAMACIÓN) I. <u>las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, tiene derecho a la reclamación,</u> cuando consideren</p>	<p>aquéllos en que se aceptare una oferta realizada a través de catálogos, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia, a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario. Para ello podrá utilizar los mismos medios que empleó para celebrar el contrato. En este caso, el plazo para ejercer el derecho de retracto se contará desde la fecha de recepción del bien o desde la celebración del contrato en el caso de servicios, siempre que el proveedor haya cumplido con la obligación de remitir la confirmación escrita señalada en el artículo 12 A. De no ser así, el plazo se extenderá a 90 días. No podrá ejercerse el derecho de retracto cuando el bien, materia del contrato, se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor. En aquellos casos en que el precio del bien o servicio haya sido cubierto total o parcialmente con un crédito otorgado al consumidor por el proveedor o por un tercero previo acuerdo entre éste y el proveedor, el retracto resolverá dicho crédito. En caso de haber costos involucrados, éstos serán de cargo del consumidor, cuando el crédito haya sido otorgado por un tercero. Si el consumidor ejerciera el derecho consagrado en este artículo, el proveedor estará obligado a devolverle las sumas abonadas, sin retención de gastos, a la mayor brevedad posible y, en cualquier caso, antes de cuarenta y cinco días siguientes a la comunicación del retracto.</p> <p>Tratándose de servicios, la devolución sólo comprenderá aquellas sumas abonadas que no correspondan a servicios ya prestados al consumidor a la fecha del retracto. Deberán restituirse en buen estado los elementos originales del embalaje, como las etiquetas, certificados de garantía, manuales de uso, cajas, elementos de protección o su valor respectivo, previamente informado.</p> <p>Artículo 3º ter.- En el caso de prestaciones de servicios educacionales de nivel superior, proporcionadas por centros de formación técnica, institutos profesionales y universidades, se faculta al alumno o a quién efectúe el pago en su representación para que, dentro del plazo de diez días contados desde aquél en que se complete la primera publicación de los resultados de las postulaciones a las universidades pertenecientes al Consejo de</p>	<p>mediante representante o apoderado.</p> <p>1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.</p> <p>1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.</p> <p>1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.</p> <p>1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.</p> <p>1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.</p> <p>1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los</p>
--	--	---

<p>que sus derechos han sido vulnerados. II el ejercicio de este derecho podrá realizarse ante los proveedores, quienes deberán atender y resolver las reclamaciones, de acuerdo a la naturaleza del producto o servicio. II Además de ejercer la reclamación ante el proveedor, las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores podrán realizar la reclamación administrativa ante entidades competentes, conforme a lo previsto en la respectiva normativa específica. IV Las entidades competentes garantizarán la protección efectiva del derecho a la reclamación individual o colectiva a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, a través de mecanismos institucionales.</p>	<p>Rectores de las Universidades Chilenas, deje sin efecto el contrato con la respectiva institución, sin pago alguno por los servicios educacionales no prestados. Para hacer efectivo el retracto a que se refiere este artículo, se requerirá ser alumno de primer año de una carrera o programa de pregrado y acreditar, ante la institución respecto de la cual se ejerce esta facultad, encontrarse matriculado en otra entidad de educación superior. En ningún caso la institución educacional podrá retener con posterioridad a este retracto los dineros pagados ni los documentos de pago o crédito otorgados en respaldo del período educacional respectivo, debiendo devolverlos todos en el plazo de 10 días desde que se ejerza el derecho a retracto. En el evento de haberse otorgado mandato general para hacer futuros cobros, éste quedará revocado por el solo ministerio de la ley desde la fecha de la renuncia efectiva del alumno al servicio educacional. El prestador del servicio se abstendrá de negociar o endosar los documentos recibidos, antes del plazo señalado en el inciso primero. No obstante lo dispuesto en el inciso anterior, la institución de educación superior estará facultada para retener, por concepto de costos de administración, un monto de la matrícula, que no podrá exceder al uno por ciento del arancel anual del programa o carrera. Artículo 4º.- Los derechos establecidos por la presente ley son irrenunciables anticipadamente por los consumidores.</p>	<p>consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas. 1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria. 2. Deberes. 2.2. Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación. 2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas. 2.3. Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos.</p>
---	---	--

COSTA RICA	EL SALVADOR	ECUADOR
LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR N° 7472⁵⁶	LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, REPÚBLICA DE EL SALVADOR⁵⁷	LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR⁵⁸
CAPITULO V Defensa efectiva del consumidor	TÍTULO I DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES	CAPITULO II DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES
<p>Artículo 32°.- Derechos del consumidor. Sin perjuicio de lo establecido en tratados, convenciones internacionales de las que Costa Rica sea parte, legislación interna ordinaria, reglamentos, principios generales de derecho, usos y costumbres, <u>son derechos</u></p>	<p>Art. 4.- SIN PERJUICIO DE LOS DEMÁS DERECHOS QUE SE DERIVEN DE LA APLICACIÓN DE OTRAS LEYES, <u>LOS DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES SON LOS SIGUIENTES:</u></p> <p>a) SER PROTEGIDO DE LAS ALZAS DE PRECIOS DE LOS BIENES Y SERVICIOS ESENCIALES DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN EL LITERAL c) DEL Art. 58 DE ESTA LEY;</p> <p>b) SER PROTEGIDO DE COBROS POR BIENES NO ENTREGADOS O SERVICIOS NO PRESTADOS;</p> <p>c) RECIBIR DEL PROVEEDOR LA INFORMACIÓN COMPLETA, PRECISA, VERAZ, CLARA Y OPORTUNA QUE DETERMINE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A ADQUIRIR, ASÍ COMO TAMBIÉN DE LOS RIESGOS O EFECTOS SECUNDARIOS, SI LOS HUBIERE, Y DE LAS CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN;</p> <p>d) SER PROTEGIDO CONTRA LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA O FALSA EN LOS TÉRMINOS ESTABLECIDOS EN EL INC. 4º DEL Art. 31 DE ESTA LEY;</p> <p>e) ADQUIRIR LOS BIENES O SERVICIOS EN LAS CONDICIONES O TÉRMINOS QUE EL PROVEEDOR OFERTÓ PÚBLICAMENTE;</p> <p>f) SER EDUCADO E INFORMADO EN MATERIA DE CONSUMO EN LA FORMA EN</p>	<p>Art. 4.- Derechos del Consumidor.- <u>Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:</u></p> <p>1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de</p>

⁵⁶ Sistema Costarricense de Información Jurídica, Procuraduría General de la Republica. Dirección en Internet: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=26481&nValor3=92463&strTipM=TC

⁵⁷ Asamblea Nacional de El Salvador. Dirección en Internet: https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072912425_archivo_documento_legislativo.pdf

⁵⁸ Ministerio de Industrias y Productividad. Dirección en Internet: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

<p><u>fundamentales e irrenunciables del consumidor, los siguientes:</u></p> <p>a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, su seguridad y el medio ambiente.</p> <p>b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.</p> <p>c) El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio.</p> <p>d) La educación y la divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios, que aseguren la libertad de escogencia y la igualdad en la contratación.</p> <p>e) La protección administrativa y judicial contra la</p>	<p>QUE SE ESTABLECE EN EL CAPÍTULO VI DEL PRESENTE TÍTULO; ASÍ COMO AGRUPARSE EN ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES PARA LA PROTECCIÓN DE SUS INTERESES;</p> <p>g) ELEGIR LIBREMENTE Y A RECIBIR UN TRATO IGUALITARIO EN SIMILARES CIRCUNSTANCIAS, SIN DISCRIMINACIÓN O ABUSO DE NINGUNA CLASE;</p> <p>h) SER PROTEGIDO CONTRA LOS RIESGOS DE RECIBIR PRODUCTOS O SERVICIOS, QUE EN CONDICIONES NORMALES O PREVISIBLES DE UTILIZACIÓN, PONGAN EN PELIGRO SU VIDA, SALUD O INTEGRIDAD;</p> <p>i) RECLAMAR Y RECIBIR COMPENSACIÓN EN EL CASO QUE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEAN ENTREGADOS EN CALIDAD, CANTIDAD O FORMA DIFERENTE DE LA OFRECIDA, PUDIENDO ELEGIR CUALQUIERA DE LAS SIGUIENTES OPCIONES: LA REPARACIÓN DEL BIEN, EXIGIR EL CUMPLIMIENTO DE LA OFERTA DE ACUERDO A LOS TÉRMINOS ORIGINALES, SI ESTO FUERE POSIBLE; A LA REDUCCIÓN DEL PRECIO, TASA O TARIFA DEL BIEN O SERVICIO; ACEPTAR A CAMBIO UN PRODUCTO O SERVICIO DIFERENTE AL OFRECIDO O LA DEVOLUCIÓN DE LO QUE HUBIESE PAGADO CONFORME A LO PREVISTO EN EL Art. 34 DE ESTA LEY;</p> <p>j) ACCEDER A LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS PARA VENTILAR LOS RECLAMOS POR VIOLACIONES A SUS DERECHOS, MEDIANTE UN PROCESO SIMPLE, BREVE Y GRATUITO;</p> <p>k) DEFENDER SUS DERECHOS EN PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS, CON LA INVERSIÓN DE LA CARGA DE LA PRUEBA A SU FAVOR, CUANDO SE TRATE DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS;</p> <p>l) SER PROTEGIDOS DE PRÁCTICAS ABUSIVAS Y DE LA INCLUSIÓN DE CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS;</p> <p>m) RECLAMAR POR VÍA JUDICIAL O A TRAVÉS DE LOS DISTINTOS MEDIOS ALTERNATIVOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS, LA REPARACIÓN DE DAÑOS Y PERJUICIOS SUFRIDOS POR DEFICIENCIA, MALA CALIDAD O RETRASO EN LA ENTREGA DE LOS BIENES O SERVICIOS ADQUIRIDOS;</p> <p>n) RECIBIR DE PARTE DEL PROVEEDOR UNA EXPLICACIÓN DETALLADA DE TODAS LAS OBLIGACIONES Y CONDICIONES ESTIPULADAS EN EL CONTRATO Y SUS ANEXOS, A LAS CUALES SE COMPROMETEN CUMPLIR LAS PARTES Y LEER POR SÍ MISMO EL CONTENIDO DE LOS CONTRATOS;</p> <p>o) A QUE NO SE LE PRORROGUE O RENUUEVE UN CONTRATO DE PLAZO DETERMINADO SIN SU CONSENTIMIENTO EXPRESADO POR ESCRITO; Y</p> <p>p) DESISTIR O RETRACTARSE DE UN CONTRATO EN LOS TÉRMINOS ESTABLECIDOS EN LA PRESENTE LEY.</p>	<p>las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;</p> <p>2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;</p> <p>3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;</p> <p>4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;</p> <p>5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;</p> <p>6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;</p> <p>7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo</p>
--	---	--

<p>publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección.</p> <p>f) Mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a prevenir adecuadamente, sancionar y reparar con prontitud la lesión de estos, según corresponda.</p> <p>g) Recibir el apoyo del Estado para formar grupos y organizaciones de consumidores y la oportunidad de que sus opiniones sean escuchadas en los procesos de decisión que les afecten.</p>	<p>DERECHOS IRRENUNCIABLES</p> <p>Art. 5.- Los derechos que esta ley reconoce a los consumidores son irrenunciables anticipadamente y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos o prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.</p> <p>Los consumidores y proveedores podrán en cualquier instancia judicial o administrativa, mediar, conciliar, someter a arbitraje o convenir en la solución de sus controversias, siendo exigible y obligatorio para ambas partes cumplir en su totalidad lo acordado.</p> <p>COLECTIVO DE CONSUMIDORES CON DISCAPACIDAD (1)</p> <p>Art. 5-A.- EN RAZÓN DE LAS ESPECIALES CIRCUNSTANCIAS QUE EN ELLOS CONCURREN, LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA, MENTAL, SICOLÓGICA O SENSORIAL, EN TANTO CONSUMIDORAS, GOZARÁN DE ESPECIAL PROTECCIÓN POR PARTE DE TODOS LOS ÓRGANOS DEL ESTADO Y, EN ESPECIAL, POR PARTE DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR QUIEN, EN EL MARCO DE LAS ATRIBUCIONES QUE LE CONFIERE LA PRESENTE LEY, PROCURARÁ:</p> <p>a) CONTRIBUIR A SU INCLUSIÓN SOCIAL COMO CONSUMIDORES Y USUARIOS, MEDIANTE LA ADOPCIÓN DE MEDIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA PREVENCIÓN Y LA ATENCIÓN DE RECLAMACIONES DE ESTE COLECTIVO;</p> <p>b) PROMOVER ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN, ESTUDIO E INFORMACIÓN SOBRE DIFERENTES TEMAS RELACIONADOS CON EL CONSUMO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN CUANTO AL ACCESO A LOS BIENES Y SERVICIOS, ESPECIALMENTE DE AQUÉLLOS OFRECIDOS DIRECTAMENTE POR LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA; Y,</p> <p>IMPULSAR LA COLABORACIÓN ENTRE EL COLECTIVO DE LOS DISCAPACITADOS, LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES Y LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS CON EL TEMA, CON EL FIN DE DESARROLLAR PROGRAMAS CONJUNTOS A FAVOR DE LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD COMO CONSUMIDORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.</p>	<p>responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;</p> <p>8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;</p> <p>9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,</p> <p>10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;</p> <p>11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,</p> <p>12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.</p>
---	---	---

ESPAÑA	PANAMA	PARAGUAY
LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS Y OTRAS LEYES COMPLEMENTARIAS.⁵⁹	LEY 45 QUE DICTA NORMAS SOBRE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y OTRA DISPOSICIÓN⁶⁰	LEY No 1334 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO⁶¹
LIBRO PRIMERO Disposiciones generales TÍTULO I Ámbito de aplicación y derechos básicos de los consumidores y usuarios CAPÍTULO II Derechos básicos de los consumidores y usuarios Artículo 8. <u>Derechos básicos de los consumidores y usuarios.</u>	TITULO II PROTECCIÓN A CONSUMIDORES CAPÍTULO I CONTRATOS, GARANTÍAS Y NORMAS DE PUBLICIDAD Artículo 35.- <u>Derecho de los consumidores. Los consumidores tendrán, entre otros, derecho a:</u>	CAPITULO II DERECHOS BASICOS DEL CONSUMIDOR Artículo 6o. - <u>Constituyen derechos básicos del consumidor:</u>
<p>Son derechos básicos de los consumidores y usuarios:</p> <p>a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.</p> <p>b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.</p> <p>c) La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.</p> <p>d) La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.</p> <p>e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan</p>	<p>1.- Ser protegidos eficazmente contra los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, la salud o la seguridad física.</p> <p>2.- recibir de los proveedores toda la información sobre las características del producto o servicio ofrecido, de manera clara y veraz, para poder tomar una decisión al momento de realizar la adquisición del producto o servicio, así como para efectuar el uso o consumo adecuado de este, de conformidad con las leyes nacionales.</p> <p>3.- Tener acceso a una variedad de productos y servicios valorativamente competitivos que les permitan libremente elegir los que deseen.</p> <p>4.- ser protegidos en sus intereses</p>	<p>a) la libre elección del bien que se va a adquirir o del servicio que se va a contratar;</p> <p>b) la protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos provocados por la provisión de productos y la prestación de servicios considerados nocivos o peligrosos;</p> <p>c) la adecuada educación y divulgación sobre las características de los productos y servicios ofertados en el mercado, asegurando a los consumidores la libertad de decidir y la equidad en las contrataciones;</p> <p>d) la información clara sobre los diferentes productos y servicios con las correspondientes especificaciones sobre la composición, calidad, precio y riesgos que eventualmente presentes;</p> <p>e) la adecuada protección contra la publicidad engañosa, los métodos comerciales coercitivos o desleales, y las cláusulas contractuales abusivas en la provisión de productos y la prestación de servicios;</p> <p>f) la efectiva prevención de los daños patrimoniales y morales o de los intereses difusos ocasionados a los consumidores, ya sean individuales o colectivos;</p>

⁵⁹ Fuente: Boletín Oficial del Estado, Gobierno de España, Ministerio de la Presidencia y para las administraciones Territoriales. <http://www.mpr.gob.es/Paginas/index.aspx>

⁶⁰ Fuente: Página en Internet de la Asamblea Nacional de Panamá, http://www.asamblea.gob.pa/APPS/LEGISPAN/PDF_GACETAS/2000/2007/25914_2007.pdf

⁶¹ Fuente: Página de Internet del Ministerio de Industria y Comercio de la República de Paraguay <http://www.mic.gov.py/mic/site/inicio.php>

<p>directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.</p> <p>f) La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.</p> <p>Artículo 9. Bienes y servicios de uso común. Los poderes públicos protegerán prioritariamente los derechos de los consumidores y usuarios cuando guarden relación directa con bienes o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado.</p> <p>10. Irrenunciabilidad de los derechos reconocidos al consumidor y usuario. La renuncia previa a los derechos que esta norma reconoce a los consumidores y usuarios es nula, siendo, asimismo, nulos los actos realizados en fraude de ley de conformidad con lo previsto en el artículo 6 del Código Civil.</p>	<p>económicos, mediante el trato equitativo y justo, en toda relación de consumo, y contra métodos comerciales coercitivos o que impliquen faltas a la veracidad o información errada o incompleta sobre los productos o servicios.</p> <p>Ser escuchados de manera individual o colectiva por las instituciones correspondientes, a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.</p> <p>6.- Recibir educación y orientación, con el fin de formarlos debidamente para que las relaciones de consumo lleguen a ser equilibradas y transparentes.</p>	<p>g) la constitución de asociaciones de consumidores con el objeto de la defensa y representación de los mismos;</p> <p>h) la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos por sus proveedores, sean éstos públicos o privados; e,</p> <p>i) recibir el producto o servicio publicitado en el tiempo, cantidad, calidad y precio prometidos.</p> <p>Artículo 7o. - Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que la República del Paraguay sea signataria, de la legislación interna ordinaria, de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes, así como los que deriven de los principios generales del derecho, Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales contenidas en el Código Civil, el Título IV de la ley del Comerciante y otras normas tanto jurídicas como técnicas que se refieran a la prestación de servicios y suministros de cosas que hayan sido objeto de normalización, En caso de duda se estará a la interpretación más favorable al consumidor.</p>
---	---	--

URUGUAY	MEXICO
LEY N° 17.250 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR⁶²	LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
CAPITULO II DERECHOS BASICOS DEL CONSUMIDOR Artículo 6 <u>Son derechos básicos de consumidores:</u> A. La protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos causados por las prácticas en el suministro de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos. B. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de	Capítulo I Disposiciones Generales Son principios básicos en las relaciones de consumo: I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos; II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos

⁶²Ministerio de Economía y Finanzas de Paraguay. Dirección en Internet: <http://consumidor.mef.gub.uy/8132/9/areas/ley-nº-17250-de-defensa-del-consumidor.html>

<p>los productos y servicios, la libertad de elegir y el tratamiento igualitario cuando contrate.</p> <p>C. La información suficiente, clara, veraz, en idioma español sin perjuicio que puedan emplearse además otros idiomas.</p> <p>D. La protección contra la publicidad engañosa, los métodos coercitivos o desleales en el suministro de productos y servicios y las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, cada uno de ellos dentro de los términos dispuestos en la presente ley.</p> <p>E. La asociación en organizaciones cuyo objeto específico sea la defensa del consumidor y ser representado por ellas.</p> <p>F. La efectiva prevención y resarcimiento de los daños patrimoniales y extra patrimoniales.</p> <p>El acceso a organismos judiciales y administrativos para la prevención y resarcimiento de daños mediante procedimientos ágiles y eficaces, en los términos previstos en los capítulos respectivos de la presente ley.</p>	<p>y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;</p> <p>III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;</p> <p>IV. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;</p> <p>V. 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 a los consumidores;</p> <p>VI. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos;</p> <p>VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.</p> <p>VIII. La real y efectiva protección al consumidor 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;</p> <p>IX. El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento;</p> <p>X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y</p> <p>XI. La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor.</p> <p>Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.</p>
--	--

Autoridades encargadas de la defensa de los derechos básicos de los consumidores

En las leyes en materia de protección de los consumidores vigentes de los países de Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, España, Panamá; Paraguay y Uruguay, se indican cuáles son las autoridades de defensa de los derechos básicos de los consumidores, en los siguientes cuadros se transcriben los textos relativos a esas autoridades.

BOLIVIA	CHILE	COLOMBIA
<p>LEY 453 LEY GENERAL DE LOS DERECHOS DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y DE LAS CONSUMIDORAS Y LOS CONSUMIDORES⁶³</p> <p>CAPÍTULO QUINTO INSTITUCIONALIDAD Y GESTIÓN PÚBLICA.</p> <p>Artículo 41 (COORDINACIÓN Y COOPERACIÓN) <u>Para el efectivo ejercicio de los derechos y garantías de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, todos los niveles del Estado establecerán mecanismos de cooperación y coordinación.</u></p> <p>Artículo 42 (POLÍTICAS PÚBLICAS) El Ministerio de Justicia podrá proponer, promover e impulsar políticas generales, programas y</p>	<p>LEY 19496 ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, REPÚBLICA DE CHILE⁶⁴</p> <p>TITULO VI Del Servicio Nacional del Consumidor</p> <p>Artículo 57.- <u>El Servicio Nacional del Consumidor</u> será un servicio público funcionalmente descentralizado y desconcentrado territorialmente en todas las regiones del país, con personalidad jurídica y patrimonio propio, sujeto a la supervigilancia del Presidente de la República a través del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.</p> <p>Artículo 58.- El Servicio Nacional del Consumidor deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor. Corresponderán especialmente al Servicio Nacional del Consumidor las siguientes funciones: a) Formular, realizar y fomentar programas de información y educación al consumidor, especialmente sobre sus derechos y obligaciones en relación</p>	<p>LEY 1480 ESTATUTO DEL CONSUMIDOR⁶⁵</p> <p>CAPÍTULO II REGLAMENTOS TÉCNICOS Y EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD DISPOSICIONES FINALES</p> <p>Artículo 75.- <u>Red Nacional de Protección al Consumidor.</u> La Red Nacional de Protección al Consumidor estará conformada por los consejeros de protección al consumidor de carácter nacional o local</p>

⁶³ Ministerio de Justicia del Estado Plurinacional de Bolivia. Dirección en Internet: http://www.justicia.gob.bo/images/stories/pdf/ley_453_vdduc.pdf

⁶⁴ Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Dirección en Internet: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438&buscar=19.496>

⁶⁵ Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia. Dirección en Intetnet: <http://www.sic.gov.co/>

<p>proyectos en el nivel central del Estado y de alcance nacional en materia de derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, así como implementar programas y proyectos de educación y difusión de estos derechos.</p> <p>Artículo 43 (PLAN PLURINACIONAL DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS USUARIAS Y RLOS USUARIOS, LAS CONSUMIDORAS Y LOS CONSUMIDORES) El Ministerio de Justicia formulará, en coordinación con las entidades competentes, el Plan Plurinacional de los Derechos de las Usuarias y los Usuarios, las Consumidoras y los Consumidores.</p> <p>Artículo 44 (SEGUIMIENTO Y MONITOREO) El Ministerio de Justicia, en el marco de la normativa vigente, realizará el seguimiento y monitoreo del Plan Plurinacional de los Derechos de las Usuarias y los Usuarios, las Consumidoras y los Consumidores.</p> <p>Artículo 45. (CONSEJOS DE COORDINACIÓN SECTORIAL) Conforme a la Ley Marco de Autonomías Descentralizadas “Andrés Báñez” las entidades del nivel central relacionadas con los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, podrán general espacios de</p>	<p>con servicios financieros, garantías y derecho a retracto, entre otras materias;</p> <p>b) Realizar, a través de laboratorios o entidades especializadas, de reconocida solvencia, análisis selectivos de los productos que se ofrezcan en el mercado en relación a su composición, contenido neto y otras características.</p> <p>Aquellos análisis que excedan en su costo de 250 unidades tributarias mensuales, deberán ser efectuados por laboratorios o entidades elegidas en licitación pública. En todo caso el Servicio deberá dar cuenta detallada y pública de los procedimientos y metodología utilizada para llevar a cabo las funciones contenidas en esta letra;</p> <p>c) Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de las características de la comercialización de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. En el ejercicio de esta facultad, no se podrá atentar contra lo establecido en el decreto ley N° 211, de 1973, que fija normas sobre la defensa de la libre competencia.</p> <p>d) Realizar y promover investigaciones en el área del consumo;</p> <p>e) Llevar el registro público a que se refiere el artículo 58 bis;</p> <p>f) Recibir reclamos de consumidores que consideren lesionados sus derechos y dar a conocer al proveedor respectivo el motivo de inconformidad a fin de que voluntariamente pueda concurrir y proponer las alternativas de solución que estime convenientes. Sobre la base de la respuesta del proveedor reclamado, el Servicio Nacional del Consumidor promoverá un entendimiento voluntario entre las partes. El documento en que dicho acuerdo se haga constar tendrá carácter de transacción extrajudicial y extinguirá, una vez cumplidas sus estipulaciones, la acción del reclamante para perseguir la responsabilidad contravencional del proveedor;</p> <p>g) Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias relacionadas con la protección de los derechos de los consumidores y hacerse parte en aquellas causas que comprometan los intereses generales de los consumidores.</p> <p>La facultad de velar por el cumplimiento de normas establecidas en leyes especiales que digan relación con el consumidor, incluye la atribución del Servicio Nacional del Consumidor de denunciar los posibles incumplimientos ante los organismos o instancias jurisdiccionales respectivos y de hacerse parte en las causas en que estén afectados los intereses generales de los consumidores, según los procedimientos que fijan las normas generales o</p>	<p>donde existan, las alcaldías y las autoridades administrativas del orden nacional que tengan asignadas funciones de protección al consumidor, las ligas y asociaciones de consumidores y la Superintendencia de Industria y Comercio. Esta última institución actuará como Secretaría Técnica de la Red y, en tal condición, velará por su adecuada conformación y funcionamiento.</p> <p>En concordancia con el artículo 255 de la Constitución Política, las entidades estatales del orden nacional, departamental, distrital y municipal podrán celebrar convenios con las asociaciones y ligas de consumidores y, en particular, con el desarrollo de esta ley. La Red estará encargada de difundir y apoyar el cumplimiento de los derechos de los consumidores en todas las regiones del país, recibir y dar traslado a la</p>
---	--	---

<p>coordinación conjunta con los niveles autonómicos, de acuerdo a sus competencias y necesidades institucionales, a través de la conformación de Consejos de Coordinación Sectorial.</p> <p>Artículo 46 (SISTEMA INFORMÁTICO SOBRE LA USUARIA Y EL USUARIO, LA CONSUMIDORA Y EL CONSUMIDOR) I. El Ministerio de Justicia implementará un sistema informático sobre la usuaria y el usuario, la consumidora y el consumidor, que contendrá el registro de las organizaciones de defensa, información de reclamaciones y otra de relevancia, que permitan apoyar en la adopción de políticas generales y sectoriales en materia de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.</p> <p>II. Las entidades responsables de aprobar modelos de contratos y recibir reclamaciones, remitirán información digital o en otros formatos al Ministerio de Justicia, conforme al reglamento.</p> <p>Artículo 47 (CONTROL SOCIAL) Las políticas públicas, programas y proyectos de promoción y protección de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores estarán sujetas al control social, de acuerdo a la Ley.</p> <p>Artículo 48 (ORGANIZACIONES DE</p>	<p>los que se señalen en esas leyes especiales.</p> <p>En el caso de la letra e) del artículo 2º, la intervención del Servicio Nacional del Consumidor estará limitada a aquellos contratos de venta de viviendas a que se refiere el artículo 1º del decreto con fuerza de ley N° 2, de 1959, sobre plan habitacional, cuyo texto definitivo fue fijado en el decreto N° 1.101, de 1960, del Ministerio de Obras Públicas.</p> <p>Los proveedores estarán obligados a proporcionar al Servicio Nacional del Consumidor los antecedentes y documentación que les sean solicitados por escrito y que digan relación con la información básica comercial, definida en el artículo 1º de esta ley, de los bienes y servicios que ofrezcan al público, dentro del plazo que se determine en el respectivo requerimiento, el que no podrá ser inferior a diez días hábiles.</p> <p>Los proveedores también estarán obligados a proporcionar al Servicio Nacional del Consumidor toda otra documentación que se les solicite por escrito y que sea estrictamente indispensable para ejercer las atribuciones que le corresponden al referido Servicio, dentro del plazo que se determine en el respectivo requerimiento, que no podrá ser inferior a diez días hábiles.</p> <p>Para estos efectos el Servicio Nacional del Consumidor publicará en su sitio web un manual de requerimiento de información, el cual deberá señalar pormenorizadamente los antecedentes que podrán solicitarse. El proveedor requerido en virtud de este inciso podrá interponer los recursos administrativos que le franquea la ley.</p> <p>El requerimiento de documentación que se ejerza de acuerdo al inciso anterior sólo podrá referirse a información relevante para el consumidor o que éste consideraría para sus decisiones de consumo. La solicitud de documentación no podrá incluir la entrega de antecedentes que tengan más de un año de antigüedad a la fecha del respectivo requerimiento, o que la ley califique como secretos, o que constituyan información confidencial que se refiera a la estrategia de negocios del proveedor, o que no se ajusten a lo dispuesto en el manual referido en el inciso anterior.</p> <p>Lo anterior no obstará a que el Servicio Nacional del Consumidor ejerza el derecho a requerir en juicio la exhibición o entrega de documentos, de acuerdo a las disposiciones generales y especiales sobre medidas precautorias y medios de prueba, aplicables según el procedimiento de que se trate.</p> <p>La negativa o demora injustificada en la remisión de los antecedentes requeridos en virtud de este artículo será sancionada con multa de hasta cuatrocientas unidades tributarias mensuales, por el juez de policía local.</p>	<p>autoridad competente de todas las reclamaciones administrativas que en materia de protección al consumidor se presenten y brindar apoyo y asesoría a las alcaldías municipales para el cumplimiento adecuado de las funciones a ellos otorgadas por la presente ley.</p> <p>Autorícese al Gobierno Nacional para que en el término de un (1) año a partir de la expedición de la presente ley, asigne las partidas presupuestales necesarias para garantizar el adecuado funcionamiento de la Red Nacional de Protección al Consumidor, para la celebración de contratos o convenios con entes públicos o privados que permitan la presencia regional de la Superintendencia de Industria y Comercio. Las autoridades administrativas del orden nacional y territorial deberán colaborar con la implementación de la Red Nacional de</p>
--	---	---

<p>DEFENSA DE LA USUARIA Y EL USUARIO, LA CONSUMIDORA Y EL CONSUMIDOR) I Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores podrán organizarse con el objeto de participar en la promoción y defensa de sus derechos individuales, colectivos o difusos.</p> <p>II. Las organizaciones no tendrán fines de lucro y están prohibidas de recibir recursos económicos, de manera directa o indirecta, de ningún proveedor.</p> <p>III. La forma de participación de estas organizaciones, en la defensa de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores, será determinada en reglamento.</p>	<p>Para la determinación de las multas se considerarán, entre otras, las siguientes circunstancias: el beneficio económico obtenido con motivo de la infracción investigada, la gravedad de la conducta investigada, la calidad de reincidente del infractor y, para los efectos de disminuir la multa, la colaboración que éste haya prestado al Servicio Nacional del Consumidor antes o durante la investigación.</p> <p>Artículo 58 bis.- Los jueces de letras y de policía local deberán remitir al Servicio Nacional del Consumidor copia autorizada de las sentencias definitivas que se pronuncien sobre materias propias de la presente ley y de las sentencias interlocutorias que fallen cuestiones de competencia, una vez que se encuentren ejecutoriadas. Un reglamento determinará la forma en que será llevado el registro de estas sentencias.</p> <p>Asimismo, los organismos fiscalizadores que tengan facultades sancionatorias respecto de sectores regulados por leyes especiales, según lo dispuesto en el artículo 2° bis de esta ley, deberán remitir al Servicio Nacional del Consumidor copia de las resoluciones que impongan sanciones.</p>	<p>Protección al Consumidor permitiendo el uso de sus instalaciones y prestando apoyo logístico en la medida de sus posibilidades.</p> <p>Parágrafo: El Consejo Nacional de Protección al Consumidor creado por el Gobierno Nacional dictará las políticas de carácter general de la Red Nacional de Protección al Consumidor.</p>
--	---	--

COSTA RICA	EL SALVADOR	ECUADOR
LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR N° 7472⁶⁶	LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, REPÚBLICA DE EL SALVADOR⁶⁷	LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR⁶⁸
CAPITULO VI COMISIÓN NACIONAL DEL	CAPÍTULO I CREACIÓN, FUNCIONES Y COMPETENCIAS	CAPITULO XIV COMPETENCIA Y

⁶⁶ Sistema Costarricense de Información Jurídica, Procuraduría General de la Republica. Dirección en Internet: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=26481&nValor3=92463&strTipM=TC

⁶⁷ Asamblea Legislativa de El Salvador. Dirección en Internet: https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072912425_archivo_documento_legislativo.pdf

⁶⁸ Ministerio de Industrias y productividad. Dirección en Internet: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

CONSUMIDOR	CREACIÓN DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR	PROCEDIMIENTO
<p>Artículo 47°.-Creación de la <u>Comisión nacional del consumidor.</u> Se crea la Comisión nacional del consumidor, como órgano de máxima desconcentración, adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Le corresponde velar por el cumplimiento de las disposiciones de los capítulos V y VI de esta Ley y las demás normas que garanticen la defensa efectiva del consumidor, que no se le hayan atribuido, en forma expresa, a la Comisión para promover la competencia.</p> <p>Artículo 48°.-Integración de la Comisión nacional del consumidor y requisitos de sus miembros. La Comisión nacional del consumidor está integrada por tres miembros propietarios y tres suplentes, de nombramiento del Ministro de Economía, Industria y Comercio. Deben ser personas con título de abogado y de reconocida experiencia en la materia. Permanecen cuatro años en</p>	<p>Art. 56.- Créase la <u>Defensoría del Consumidor</u>, como una institución descentralizada del Gobierno de la República, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía en lo administrativo y presupuestario. Se regirá por lo dispuesto en la presente ley y su reglamento, además de leyes especiales aplicables a la materia.</p> <p>FUNCIÓN Art. 57. - La Defensoría del Consumidor, en adelante “la Defensoría”, es la entidad encargada de aplicar la presente ley y de coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma. Además, coordinará el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y tendrá entre otras, la facultad de presentar propuestas al Órgano Ejecutivo en el ramo de economía, para la formulación de políticas de protección al consumidor y su plan de acción.</p> <p>COMPETENCIAS Art. 58.- La Defensoría tendrá las competencias siguientes: a) Coordinar las acciones del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, velando por el cumplimiento de los marcos normativos respectivos en esta materia; b) Velar por los derechos e intereses de los consumidores en las relaciones con los proveedores de bienes y prestadores de servicios; c) Fijar y modificar los precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo y de los servicios en caso de emergencia nacional, siempre que se trate de productos y servicios esenciales; d) Celebrar convenios con instituciones públicas o entidades privadas nacionales o extranjeras para facilitar el cumplimiento de los objetivos de esta ley; e) Promover la educación y la formación permanente de los consumidores, realizando actividades de información, organización y orientación en materia de consumo, con el objeto de prevenir las violaciones a los derechos de los consumidores; f) Realizar inspecciones, auditorías y requerir de los proveedores los informes necesarios para el cumplimiento de sus funciones; g) Acreditar árbitros institucionales e independientes en materia de</p>	<p>Art. 81.- <u>Facultad de la Defensoría del Pueblo.</u>- Es facultad de la Defensoría del Pueblo, conocer y pronunciarse motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales del consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas. En el procedimiento señalado en el inciso anterior, la Defensoría del Pueblo podrá promover la utilización de mecanismos alternativos para la solución de conflictos, como la mediación, siempre que dicho conflicto no se refiera a una infracción penal. Sin perjuicio de lo dispuesto en el presente artículo, el consumidor podrá acudir, en cualquier tiempo, a la instancia judicial o administrativa que corresponda.</p> <p>Art. 82.- Procedimiento Ante la Defensoría del Pueblo.- En lo relacionado con tal procedimiento, serán aplicables a las disposiciones del Título III de la Ley Orgánica de la</p>

<p>sus cargos y pueden ser reelegidos. Devengarán una dieta por sesión. El Consejo de Gobierno fijará el monto de las dietas, tomando como referencia los establecidos para las instituciones públicas y determinará el límite de las dietas que pueden pagarse por mes. Los miembros de la Comisión deben elegir al Presidente.</p> <p>Artículo 49°.-Quórum y votaciones. Para sesionar, la Comisión nacional del consumidor requiere la presencia de todos sus miembros y las resoluciones pueden tomarse con el voto de dos de ellos. Quien no coincida, debe razonar su voto.</p> <p>Artículo 53°.- Potestades de la Comisión nacional del consumidor. La Comisión nacional del consumidor tiene las siguientes potestades:</p> <p>a) Conocer y sancionar las infracciones administrativas, los incumplimientos de las obligaciones establecidas en el Capítulo V y, en particular, tutelar los derechos de los consumidores, de acuerdo</p>	<p>consumo e instruir los procedimientos administrativos para la solución de controversias entre proveedores y consumidores y ejercer la potestad sancionadora según los alcances que la Constitución y las leyes establecen;</p> <p>h) Velar porque en los instrumentos utilizados en los contratos cumplan con las condiciones necesarias para no violentar los derechos de los consumidores; pudiendo ordenar, previo procedimiento en el que se oirá al proveedor, el retiro inmediato de los formularios que no cumplan tales condiciones cuando se trate de contratos de adhesión;</p> <p>i) Representar directamente o por medio de apoderados a los consumidores, en el ejercicio de sus derechos y facultades ante las instancias administrativas y judiciales;</p> <p>j) Velar por el cumplimiento de las normas obligatorias de seguridad, información, etiquetado, calidad, pesos y medidas de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado;</p> <p>k) Organizar, recopilar y divulgar información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los precios, tasas o tarifas y características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, y de las condiciones de contratación de los mismos, así como toda otra información de interés para los consumidores;</p> <p>l) Administrar la base de datos relativos a denuncias y atención de consumidores de todos los organismos que forman parte del Sistema Nacional de Protección al Consumidor;</p> <p>m) Realizar y promover investigaciones en el área de consumo;</p> <p>n) Apoyar, fomentar y llevar un listado de las asociaciones de consumidores acreditadas dentro del Sistema Nacional de Protección del Consumidor;</p> <p>o) Proponer a las instituciones competentes, la formulación de normas jurídicas o técnicas, en materia de protección al consumidor;</p> <p>p) Fomentar en los proveedores la adopción de normas y políticas orientadas a prevenir infracciones a esta ley, así como de una mejor atención al cliente y otorgar reconocimientos a las personas, empresarios o entidades que se distinguen en el respeto, protección y ayuda al consumidor, de conformidad con los criterios que se establezcan reglamentariamente;</p> <p>q) Promover que las entidades públicas y privadas que prestan servicios públicos elaboren Cartas de Derechos de los Usuarios y las den a</p>	<p>Defensoría del Pueblo, así como las disposiciones reglamentarias que para este efecto dicte el Defensor del Pueblo.</p> <p>Art. 83.- Informe.- Una vez agotado el procedimiento anterior y, en caso de que las partes no hayan llegado a un acuerdo, la Defensoría del Pueblo elaborará un informe en base del cual solicitará a las autoridades competentes la iniciación del respectivo proceso investigativo del que se podrá desprender la imposición de las sanciones establecidas en la presente Ley, así como la exigencia de que se dé cumplimiento a la obligación pendiente.</p> <p>El informe emitido por la Defensoría del Pueblo será apreciado por el juez de acuerdo a su sana crítica.</p> <p>El Defensor del Pueblo podrá acudir ante el Juez de Contravenciones de su respectiva jurisdicción a fin de solicitar el inicio del respectivo proceso.</p> <p>Art. 84.- Juzgamiento de Infracciones.- Son competentes para conocer y resolver sobre las infracciones a las normas contenidas en la presente Ley, en primera instancia, el Juez de Contravenciones de la respectiva jurisdicción, y, en caso de apelación, el Juez de lo Penal de la respectiva jurisdicción.</p> <p>El juzgamiento de las infracciones previstas en esta Ley se iniciará mediante denuncia, acusación</p>
--	---	--

<p>con el artículo 29 de esta Ley.</p> <p>b) Sancionar los actos de competencia desleal, mencionados en el artículo 17 de esta Ley cuando, en forma refleja, dañen al consumidor.</p> <p>c) Ordenar, de acuerdo con la gravedad de los hechos, las siguientes medidas cautelares, según corresponda: el congelamiento o el decomiso de bienes, la suspensión de servicios o el cese temporal de los hechos denunciados que violen lo dispuesto en esta Ley, mientras se dicta resolución en el asunto.</p> <p>d) Ordenar la suspensión del plan de ventas a plazo o de prestación futura de servicios, cuando se viole lo prescrito en el artículo 41 de esta Ley. La parte dispositiva de la resolución debe publicarse para que sea del conocimiento general.</p> <p>e) Ordenar, cuando proceda, la devolución del dinero o del producto. Puede fijar, asimismo, un plazo para reparar o sustituir el bien, según corresponda.</p> <p>f) Trasladar, al conocimiento</p>	<p>conocer a éstos; y</p> <p>r) Las demás atribuciones y facultades que le confiera la ley.</p> <p>AUXILIO DE LA FUERZA PÚBLICA</p> <p>Art. 59.- Los funcionarios y empleados de la Defensoría, en el ejercicio de sus atribuciones, tendrán derecho al auxilio de la fuerza pública, y en su caso, al de la Fiscalía General de la República.</p> <p>En caso se niegue a los funcionarios y empleados de la Defensoría el acceso a los establecimientos del proveedor o de no proporcionar éstos la información requerida, serán sancionados de conformidad con esta ley, sin perjuicio de lo que otras leyes aplicables establezcan.</p> <p>Cuando en el ejercicio de sus funciones, los funcionarios y empleados de la Defensoría adviertan la aparente comisión de un delito, el Presidente de la misma certificará la información obtenida y la remitirá a la Fiscalía General de la República.</p> <p>ÁMBITO TERRITORIAL</p> <p>Art. 60.- La Defensoría tendrá por sede la ciudad capital de la República de El Salvador, pero mediante acuerdo del Presidente de la Defensoría, podrá trasladar temporalmente su asiento a otro lugar del país. El ámbito de actuación de la Defensoría se extenderá a todo el territorio nacional.</p> <p>Según las necesidades del servicio y la disponibilidad de recursos, podrá autorizarse el establecimiento de unidades dependientes de la Defensoría en todo el territorio nacional.</p> <p style="text-align: center;">TÍTULO V SISTEMA NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES</p> <p>SISTEMA</p> <p>Art. 151.- Instituyese el Sistema Nacional de Protección al Consumidor, en adelante “el Sistema”, para promover y desarrollar la protección de los consumidores, el que estará compuesto por: La Defensoría del Consumidor, dependencias del Órgano Ejecutivo y demás instituciones del Estado que entre los asuntos de su competencia les corresponden velar sectorialmente por los derechos de los consumidores o vigilar a las empresas que operan con el público.</p> <p>COORDINADOR DEL SISTEMA</p> <p>Art. 152.- La Defensoría será el ente coordinador del Sistema y servirá como oficina de enlace de la actuación conjunta de las entidades públicas</p>	<p>particular o excitativa fiscal.</p> <p>Propuesta la denuncia y una vez citado el acusado, el Juez señalará día y hora para la audiencia oral de juzgamiento, la misma que deberá llevarse a cabo dentro del plazo de diez días contados a partir de la fecha de la notificación. Dicha audiencia iniciará con la contestación del acusado. A esta audiencia concurrirán las partes con todas las pruebas de las que se crean asistidos, previniéndoles que se procederá en rebeldía.</p> <p>Se dispondrá que las partes presenten sus pruebas, luego de lo cual se dictará sentencia en la misma audiencia, de ser posible, caso contrario se lo hará dentro del plazo perentorio de tres días.</p> <p>Si el consumidor anexa a su denuncia el informe emitido por la Defensoría del Pueblo, se considerará su contenido de conformidad a lo dispuesto en la presente Ley.</p> <p>Art. 85.- Intervención de Peritos.- Si para el establecimiento de los hechos fuere necesaria, a criterio del juez, la intervención de peritos o se requiriere informes técnicos, se suspenderá la audiencia solo para este objeto y se concederá el plazo de hasta quince días para la presentación de los mismos, al vencimiento del cual, previo señalamiento de día y hora, se reanudará la audiencia y se procederá en la forma en que se</p>
---	---	---

<p>de la jurisdicción ordinaria, todas las prácticas que configuren los delitos perjudiciales para el consumidor, establecidos en el artículo 60 de esta Ley.</p> <p>La Comisión nacional del consumidor no tiene competencia para conocer de la anulación de cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, conforme al artículo 39 de esta Ley, ni del resarcimiento de daños y perjuicios. Estos casos deben ser conocidos solo por los órganos jurisdiccionales competentes.</p>	<p>para el cumplimiento de la presente ley.</p> <p>ACTIVIDADES DEL SISTEMA</p> <p>Art. 153.- Los integrantes del Sistema, de acuerdo a las facultades establecidas por sus marcos normativos realizarán coordinadamente, entre otras, las actividades siguientes en lo relativo a la protección del consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> b) La formación de sus funcionarios en esta materia; c) El registro y clasificación de las denuncias presentadas por los consumidores y la sanción impuesta o la exoneración del proveedor, en su caso; d) La creación de redes de funcionarios participantes del Sistema, para realizar acciones específicas y preventivas de protección de los consumidores; e) Planificar estratégicamente las actividades necesarias para la vigilancia y la aplicación de la legislación relacionada con los consumidores; f) La elaboración de instrumentos de información y comunicación; g) La elaboración de normas técnicas, métodos y orientaciones para los funcionarios encargados de la aplicación de la legislación; y h) La recopilación de datos, de investigaciones y otras informaciones sobre el comportamiento y actitud de los consumidores. <p>ACTIVIDADES DE CONTROL DE CALIDAD</p> <p>Art. 154.- Las instituciones del Órgano Ejecutivo en el ámbito de sus competencias, organizarán campañas y actividades de control de calidad, especialmente en relación con los siguientes productos y servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Los de uso o consumo común, ordinario y generalizado; b) Los que reflejen una mayor incidencia en los estudios estadísticos o epidemiológicos; c) Los que sean objeto de reclamaciones o quejas, de las que razonablemente se deduzcan las situaciones de desventaja o indefensión de los consumidores; d) Los que sean objeto de programas específicos de investigación; y <p>Aquellos otros que, en razón de su régimen o proceso de producción y comercialización, puedan ser fácilmente objeto de fraude o adulteración.</p>	<p>indica en el artículo anterior.</p> <p>Si el peritaje o informe técnico, a criterio del juez, tuviere que practicarse en el exterior, el plazo antes señalado podrá extenderse hasta por treinta días.</p> <p>Art. 86.- De la sentencia que dicte el Juez de contravenciones se podrá interponer el recurso de apelación dentro del término de tres días, contados a partir de la notificación con el fallo. Dicho recurso será presentado ante el juez de contravenciones quien lo remitirá al respectivo Juez de lo penal. La sentencia que dicta el juez de lo penal, causará ejecutoria.</p> <p>Art. 87.- Daños y Perjuicios.- La sentencia condenatoria lleva implícita la obligación del sentenciado de pagar daños y perjuicios al afectado, costas y honorarios. El cobro de daños y perjuicios se lo hará de conformidad con lo que dispone el artículo 391 del Código de Procedimiento Penal, publicado en el Registro Oficial No. 360, de 13 de enero del 2000</p> <p>Art. 88.- Acción Popular.- Se concede acción popular para denunciar las infracciones previstas en esta Ley.</p>
--	---	--

ESPAÑA	PANAMA	PARAGUAY
LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS Y OTRAS LEYES COMPLEMENTARIAS.⁶⁹	LEY 45 QUE DICTA NORMAS SOBRE PROTECCIÓN AL COUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y OTRA DISPOSICIÓN⁷⁰	LEY No 1334 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO⁷¹
<p style="text-align: center;">TÍTULO IV Potestad sancionadora CAPÍTULO I Disposiciones generales Artículo 46. Principios generales. 1. Las <u>Administraciones públicas competentes</u>, en el uso de su potestad sancionadora, sancionarán las conductas tipificadas como infracción en materia de defensa de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir. 2. La instrucción de causa penal ante los Tribunales de Justicia suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiera sido incoado por los mismos hechos, y en su caso la eficacia de los actos administrativos de imposición de sanción. Las medidas administrativas que hubieran sido adoptadas para salvaguardar la salud y seguridad de las personas se mantendrán en tanto la autoridad</p>	<p style="text-align: center;">TITULO III AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA CAPÍTULO ÚNICO DISPOSICIONES GENERALES</p> <p>Artículo 84 La Autoridad. La <u>Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia</u> es una entidad pública descentralizada del Estado, con personería jurídica propia, autonomía en su régimen interno e independencia en el ejercicio de sus funciones. La Autoridad estará sujeta a la fiscalización de la Contraloría General de la Republica, de acuerdo con la Constitución Política y las leyes.</p> <p>Artículo 85. Organización. La Autoridad contará con un Administrador, quien ejercerá la representación legal de la institución, una Dirección Nacional de Libre Competencia y una Dirección Nacional de Protección al Consumidor, además de las unidades administrativas y técnicas que requiera para el ejercicio de sus funciones, de conformidad con los procedimientos legales aplicables.</p> <p>Artículo 86. Funciones de Autoridad. La Autoridad tendrá las siguientes funciones y atribuciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar sus políticas generales y velar por su ejecución. 2. Crear, en cualquier parte del territorio nacional, las unidades administrativas que requiera para su funcionamiento, incluyendo oficinas provinciales, y señalarles sus funciones. 3. Investigar y sancionar, dentro de los límites de su competencia, la realización de actos y conductas prohibidos por esta Ley. 4. Establecer mecanismos de coordinación con otras entidades del Estado, para 	<p style="text-align: center;">CAPITULO IX AUTORIDAD DE APLICACION</p> <p>Artículo 40. - En el ámbito nacional será autoridad de aplicación de la presente ley el <u>Ministerio de Industria y Comercio</u>, y en el ámbito local, las municipalidades; pudiendo ambos actuar en forma concurrente.</p> <p>Artículo 41. - El Ministerio de Industria y Comercio, sin perjuicio de las funciones específicas del mismo, en su carácter de autoridad de aplicación de la presente ley, tendrá las siguientes</p>

⁶⁹ Boletín Oficial del Estado, Gobierno de España, Ministerio de la Presidencia y para las administraciones Territoriales. Dirección en Internet: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_2.2.2.html

⁷⁰ Asamblea Nacional de Panamá. Dirección en Internet: http://www.asamblea.gob.pa/APPS/LEGISPAN/PDF_GACETAS/2000/2007/25914_2007.pdf

⁷¹ Ministerio de Industria y Comercio de la República de Paraguay. Dirección en Internet: <http://www.mic.gov.py/mic/site/inicio.php>

<p>judicial se pronuncie sobre las mismas. En ningún caso se producirá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.</p> <p>Artículo 47. Administración competente.</p> <p>1. Las Administraciones españolas que en cada caso resulten competentes sancionarán las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios cometidas en territorio español cualquiera que sea la nacionalidad, el domicilio o el lugar en que radiquen los establecimientos del responsable.</p> <p>2. Las infracciones se entenderán cometidas en cualquiera de los lugares en que se desarrollen las acciones u omisiones constitutivas de las mismas y, además, salvo en el caso de infracciones relativas a los requisitos de los establecimientos e instalaciones o del personal, en todos aquellos en que se manifieste la lesión o riesgo para los intereses de los consumidores y usuarios protegidos por la norma sancionadora.</p> <p>3. Las autoridades competentes en materia de consumo sancionarán, asimismo, las conductas tipificadas</p>	<p>la protección al consumidor y para la prevención de las prácticas restrictivas de la competencia.</p> <p>5. Realizar abogacía de la libre competencia ante los agentes económicos, asociaciones, instituciones educativas, entidades sin fines de lucro, organizaciones de la sociedad civil y la Administración Pública, a través de la cual podrá recomendar, mediante informes técnico- jurídicos, la adopción o modificación de cualquier trámite o requisito propio de algún sector de la economía nacional o realizar estudios a fin de promover y fortalecer la competencia en el mercado.</p> <p>6.- Establecer Programas Corporativos de Conformidad, a fin de prevenir las prácticas restrictivas de la competencia en los distintos mercados, procurando su funcionamiento más eficiente, garantizando así los intereses superiores de los consumidores.</p> <p>7. Desarrollar guías técnicas para el mejor ejercicio de sus funciones, de conformidad con la presente Ley y sus reglamentos.</p> <p>8. Elaborar su reglamento interno y someterlo a la aprobación del Órgano Ejecutivo.</p> <p>9. Emitir opiniones sobre las leyes, los reglamentos, los actos administrativos y los proyectos, que se relacionen con las materias objeto de esta Ley.</p> <p>10. Conocer de las consultas que sometan a su consideración los agentes económicos y los consumidores.</p> <p>11. Realizar estudios sobre el comportamiento del mercado para detectar distorsiones en el sistema de economía de mercado, y propiciar la eliminación de tales prácticas, mediante su divulgación o la recomendación de medidas legislativas o administrativas encaminadas a su corrección.</p> <p>12.- Coordinar con el Órgano Ejecutivo, a través del Ministerio de Comercio e Industrias, acciones para que los reglamentos técnicos se apliquen a todos los productos y servicios ofrecidos en el territorio aduanero nacional.</p> <p>13. Reglamentar y supervisar las asociaciones de consumidores organizados.</p> <p>14. Emitir concepto por iniciativa propia o por solicitud de municipios, instituciones autónomas o semiautónomas e instituciones estatales en general, cuando en el ámbito de sus decisiones, actos o anteproyectos de ley se pueda afectar la libre competencia, la libre concurrencia o la protección al consumidor.</p> <p>15.- Cesar, en cualquier etapa de la investigación que se realice en sede Administrativa y aun luego de promovido proceso judicial, mediante la realización de transacciones, previo cumplimiento de los requisitos legales, siempre que los agentes económicos investigados o demandados acepten medidas en torno a las conductas o a los actos investigados, incluyendo cláusulas penales que</p>	<p>facultades y atribuciones.</p> <p>a) mantener un registro nacional de asociación de consumidores;</p> <p>b) recibir y dar curso a las inquietudes y denuncias de consumidores;</p> <p>c) disponer la realización de inspecciones y pericias vinculadas con la aplicación de esta ley;</p> <p>d) solicitar informes y opiniones a entidades públicas y privadas en relación con la materia de esta ley y,</p> <p>e) disponer de oficio o a requerimiento de parte, la celebración de audiencias con la participación de denunciantes, damnificados, presuntos infractores, testigos y peritos, debiendo actuar previamente como conciliador, tratando de avenir a las partes. En el plano local, dentro del marco de la Constitución Nacional, las</p>
---	---	--

<p>como infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios de los empresarios de los sectores que cuenten con regulación específica y las prácticas comerciales desleales con los consumidores o usuarios.</p> <p>4. El incumplimiento de la obligación de suministrar las condiciones generales de la contratación que establece el artículo 81.1 de esta ley podrá ser sancionado por los órganos o entidades correspondientes de las Comunidades Autónomas y de las Corporaciones locales competentes en materia de defensa de los consumidores y usuarios. La Agencia Española de Consumo y Seguridad Alimentaria y Nutrición podrá sancionar igualmente el incumplimiento de esta obligación en aquellos sectores que estén afectados por las competencias exclusivas del Estado.</p>	<p>garanticen el cumplimiento del acuerdo.</p> <p>16. Investigar, conocer y verificar la comisión de prácticas monopolísticas, anticompetitivas o discriminatorias por las empresas o entidades que prestan servicios públicos, de acuerdo con lo establecido en la presente Ley y en concordancia con las reglamentaciones y leyes sectoriales aplicables al servicio público de que se trate. Para ello, la Autoridad solicitará el apoyo y la colaboración del personal técnico de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos.</p> <p>17. ejercer la jurisdicción coactiva sobre las multas impuestas por violación a las normas de libre competencia I de protección al consumidor.</p> <p>18. Retirar del mercado y destruir los productos vencidos, sin fecha de vencimiento, con fecha alterada o que no pueda determinarse o con fecha expirada; la mercancía deteriorada o que adolezca de cualquier otra condición que ponga en peligro la integridad de los consumidores, así como las herramientas, los utensilios o los aparatos de medición, como las pesas y balanzas dañadas o alteradas. En el caso de los productos vencidos, se exceptúan los agroquímicos, los medicamentos y los productos tóxicos o que produzcan daños a la salud humana, animal o vegetal, los cuales serán retirados y enviados a las autoridades correspondientes. Sólo serán destruidos las balanzas, las pesas y los demás utensilios de medición que, una vez retirados y bajo custodia de la Autoridad, no pudieran ser debidamente recalibrados, para lo cual se concederá el término de cinco días hábiles, contado a partir del retiro de la balanza del mercado, para que el proveedor que considere que pueda calibrar su balanza, se apersona a la Autoridad para realizar dicha calibración. De no lograrse la calibración en cuestión, se procederá a la destrucción de dicho instrumento de metrología.</p> <p>19. Cumplir las funciones discrecionales señaladas en la presente Ley, en las leyes especiales y cualquier otra función que le atribuyan la ley y los reglamentos que se dicten en su desarrollo.</p>	<p>municipalidades tendrán similares facultades y atribuciones,</p> <p>Artículo 42. - Para el ejercicio de las atribuciones establecidas en la presente ley, la autoridad de aplicación podrá solicitar a la justicia ordene el auxilio de la fuerza pública o el allanamiento de domicilio.</p>
---	--	---

URUGUAY

LEY N° 17.250 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR⁷²

**CAPITULO XV
ORGANIZACION ADMINISTRATIVA**

Artículo 40

El Ministerio de Economía y Finanzas a través de la *Dirección General de Comercio*, será la autoridad nacional de fiscalización del cumplimiento de la presente ley, sin perjuicio de las competencias constitucionales y legales atribuidas a otros órganos y entes públicos.

Artículo 41

La Dirección General de Comercio, además, asesorará al Ministerio de Economía y Finanzas en la formulación y aplicación de las políticas en materia de defensa del consumidor.

Artículo 42

Compete a la Dirección del Area de Defensa del Consumidor:

A. Informar y asesorar a los consumidores sobre sus derechos.

B. Controlar la aplicación de las disposiciones de protección al consumidor establecidas en esta norma, pudiendo a tal efecto exigir el acceso, realizar inspecciones y requerir la información que necesitare en los locales, almacenes, depósitos, fábricas, comercios o cualquier dependencia o establecimiento de los proveedores; sin perjuicio de las competencias constitucionales y legales atribuidas a otros órganos y entes públicos.

C. Asesorar al Director General de Comercio para coordinar con otros órganos o entidades públicas estatales y no estatales la acción a desarrollar en defensa del consumidor.

D. Podrá fomentar, formar o integrar además, comisiones asesoras compuestas por representantes de las diversas actividades industriales y comerciales, cooperativas de consumo y asociaciones de consumidores, o por representantes de organismos o entes públicos, las que serán responsables de las informaciones que aporten, y podrán proponer medidas correctivas referentes a la defensa del consumidor.

E. Fomentar la constitución de asociaciones de consumidores cuya finalidad exclusiva sea la defensa del consumidor. La Dirección del Area Defensa del Consumidor llevará un registro de estas asociaciones, las que deberán constituirse como asociaciones civiles.

F. Citar a los proveedores a solicitud del o de los consumidores afectados, a una audiencia administrativa que tendrá por finalidad tentar el acuerdo entre las partes. Sin perjuicio de ello, en general, podrá auspiciar mecanismos de conciliación y mediación para la solución de los conflictos que se planteen entre los particulares en relación a los temas de su competencia. La incomparecencia del citado a una audiencia administrativa se tendrá como presunción simple en su contra. Asimismo, la falta de comparecencia en tiempo y forma, que no sea debidamente justificada, será sancionada con una multa que no podrá exceder el equivalente a UR 50 (cincuenta unidades reajustables), la que deberá graduarse en función de los antecedentes y de la capacidad económica del proveedor. El Area Defensa del Consumidor quedará facultada a poner en conocimiento de los consumidores en general, por los medios que estime pertinentes, aquellos casos de incomparecencia injustificada del citado a, al menos, dos audiencias administrativas, a las que hubiere sido convocado en los dos últimos años. Asimismo, el Area Defensa del Consumidor podrá dar a publicidad aquellos casos en que se hubieren aplicado sanciones administrativas por incumplimiento de las previsiones

⁷² Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Uruguay. Dirección en Internet: <http://consumidor.mef.gub.uy/8132/9/areas/ley-nº-17250-de-defensa-del-consumidor.html>

de esta ley.

G. Del mismo modo se podrá publicar el resultado de las audiencias administrativas que se celebren en el Area Defensa del Consumidor.

H. Podrá para el cumplimiento de sus cometidos, solicitar información, asistencia y asesoramiento a cualquier persona pública o privada nacional o extranjera.

Dictar los actos administrativos necesarios para el cumplimiento de sus cometidos.

MEXICO

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ARTÍCULO 20.- 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. Su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en esta ley, los reglamentos de ésta y su estatuto.

ARTÍCULO 21.- El domicilio de la Procuraduría será la Ciudad de México y establecerá delegaciones en todas las entidades federativas y el Distrito Federal. Los tribunales federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte.

ARTÍCULO 22.- La Procuraduría se organizará de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime convenientes, en los términos que señalen los reglamentos y su estatuto.

Datos Relevantes

De conformidad con el contenido de los anteriores cuadros comparativos, se exponen los siguientes aspectos relevantes de cada país analizado:

PAÍS	DENOMINACIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR:
BOLIVIA	DERECHOS Y GARANTÍAS DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y DE LAS CONSUMIDORAS Y CONSUMIDORES
CHILE	DERECHOS Y DEBERES BÁSICOS DEL CONSUMIDOR
COLOMBIA	DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
COSTA RICA	DERECHOS FUNDAMENTALES E IRRENUNCIABLES DEL CONSUMIDOR
EL SALVADOR	DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES
ECUADOR	DERECHOS FUNDAMENTALES DEL CONSUMIDOR
ESPAÑA	DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
PANAMA	DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
PARAGUAY	DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR
URUGUAY	DERECHOS BASICOS DE CONSUMIDORES

Respecto de los derechos básicos de los consumidores, cabe señalar que las Leyes en la materia no son homogéneas sin embargo podemos destacar que con tales derechos, lo que se pretende proteger son los siguientes:

PAÍS	DERECHO DE PROTECCIÓN A LA VIDA	DERECHO DE PROTECCIÓN A LA SALUD	DERECHO DE PROTECCIÓN DE LA INTEGRIDAD FÍSICA	DERECHO DE LA PROTECCIÓN DE LA SEGURIDAD
BOLIVIA		X	X	
CHILE		X		X
COLOMBIA	X	X	X	
COSTA RICA	X			X
EL SALVADOR	X	X	X	
ECUADOR	X	X		X
ESPAÑA		X		X
PANAMA	X	X		X
PARAGUAY	X	X		X
URUGUAY	X	X		X

PAÍS	INTERESES ECONÓMICOS	DERECHO A LA REPARACIÓN, INDEMNIZACIÓN y COMPENSACIÓN	DERECHO DE RETRACTO	DERECHO A LA RECLAMACIÓN
BOLIVIA			X	X
CHILE		X	X	
COLOMBIA				X
COSTA RICA	X			
EL SALVADOR		X		X
ECUADOR		X		
ESPAÑA	X	X		
PANAMA	X			
PARAGUAY		X		
URUGUAY		X		

PAÍS	DERECHO A LA INFORMACIÓN	DERECHO A LA LIBRE ELECCIÓN	DERECHO A LA EDUCACIÓN	DERECHO A RECIBIR PRODUCTOS DE CALIDAD
BOLIVIA	X	X		
CHILE	X	X	X	
COLOMBIA	X	X	X	X
COSTA RICA	X	X	X	
EL SALVADOR	X	X	X	X
ECUADOR	X		X	X
ESPAÑA	X			
PANAMA	X	X	X	
PARAGUAY	X	X	X	X
URUGUAY	X	X	X	

PAIS	DERECHO A UN TRATO EQUITATIVO	DERECHO A LA NO DISCRIMINACIÓN	DERECHO A LA PROTECCIÓN DE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA	DERECHO A LA PROTECCIÓN ADMINISTRATIVA Y JUDICIAL	DERECHO DE DEFENSA Y REPRESENTACIÓN
BOLIVIA	X	X			
CHILE		X			
COLOMBIA	X	X	X	X	X
COSTA RICA			X	X	X
EL SALVADOR	X	X	X	X	
ECUADOR	X	X	X	X	X
ESPAÑA			X	X	X
PANAMA	X			X	
PARAGUAY			X		X
URUGUAY			X	X	X

A su vez, en una revisión más a detalle, sobresalen los siguientes aspectos, de forma particular:

- Respecto de la **protección de la vida, la salud, la integridad física y la seguridad** es destacable el contenido de la Ley relativa de Uruguay que señala “La protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos causados por las prácticas en el suministro de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos” (Uruguay 6 A).
- En cuanto a la **protección de los intereses económicos** de los consumidores, es destacable la disposición de la Ley en Panamá que indica como derecho básico de protección de los consumidores el “ser protegidos en sus intereses económicos, mediante el trato equitativo y justo, en toda relación de consumo, y contra métodos comerciales coercitivos o que impliquen faltas a la veracidad o información errada o incompleta sobre productos o servicios” (Panamá 35, 4).
- En relación a los **derechos básicos de reparación, indemnización y compensación** la Ley del Salvador, destaca por señalar como parte de los derechos básicos de los consumidores los de “Reclamar y recibir compensación en el caso que los productos o servicios sean entregados en calidad, cantidad o forma diferente de la ofrecida, pudiendo elegir cualquiera de las siguientes opciones: la reparación del bien, exigir el cumplimiento de la oferta de acuerdo a los términos originales, si esto fuere posible; a la reducción del precio, tasa o tarifa del bien o servicio; aceptar a cambio un producto o servicio diferente al ofrecido o la devolución de lo que hubiese pagado” (El Salvador 4 i)

- Es destacable que en la Ley de la República de Chile se contempla el **derecho de retracto**, como derecho básico de los consumidores, precisando que el consumidor podrá poner término unilateralmente al contrato en el plazo de 10 días contados desde la recepción del producto o desde la contratación del servicio y antes de la prestación del mismo, señalando los siguientes casos: a) En la compra de bienes y contratación de servicios realizadas en reuniones convocadas o concertadas con dicho objetivo por el proveedor, en que el consumidor deba expresar su aceptación dentro del mismo día de la reunión. El ejercicio de este derecho se hará valer mediante carta certificada enviada al proveedor, al domicilio que señala el contrato, expedida dentro del plazo indicado en el en el encabezamiento; b) En los contratos celebrados por medios electrónicos, y en aquéllos en que se aceptare una oferta realizada a través de catálogos, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia, a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario. Para ello podrá utilizar los mismos medios que empleó para celebrar el contrato. En este caso, el plazo para ejercer el derecho de retracto se contará desde la fecha de recepción del bien o desde la celebración del contrato en el caso de servicios, siempre que el proveedor haya cumplido con la obligación de remitir la confirmación escrita señalada en el artículo 12 A. De no ser así, el plazo se extenderá a 90 días. No podrá ejercerse el derecho de retracto cuando el bien, materia del contrato, se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor. En aquellos casos en que el precio del bien o servicio haya sido cubierto total o parcialmente con un crédito otorgado al consumidor por el proveedor o por un tercero previo acuerdo entre éste y el proveedor, el retracto resolverá dicho crédito. En caso de haber costos involucrados, éstos serán de cargo del consumidor, cuando el crédito haya sido otorgado por un tercero. Si el consumidor ejerciera el derecho consagrado en este artículo, el proveedor estará obligado a devolverle las sumas abonadas, sin retención de gastos, a la mayor brevedad posible y, en cualquier caso, antes de cuarenta y cinco días siguientes a la comunicación del retracto. Tratándose de servicios, la devolución sólo comprenderá aquellas sumas abonadas que no correspondan a servicios ya prestados al consumidor a la fecha del retracto. Deberán restituirse en buen estado los elementos originales del embalaje, como las etiquetas, certificados de garantía, manuales de uso, cajas, elementos de protección o su valor respectivo, previamente informado.
- En cuanto al **derecho de reclamación**, destaca la norma contenida en la Ley de Bolivia por la amplitud de la misma, que señala que las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tiene derecho a la reclamación, cuando consideren que sus derechos han sido vulnerados, ejerciendo este derecho ante los proveedores, quienes deberán atender y resolver las reclamaciones, de acuerdo a la naturaleza del producto o servicio, pudiendo además realizar la reclamación administrativa ante entidades competentes, las cuales garantizarán la protección efectiva del

derecho a la protección efectiva del derecho a la reclamación individual o colectiva, a través de los mecanismos institucionales, principalmente.

- En la Legislación de Colombia se precisa que el **derecho a recibir información** comprende el “obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, y los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos”
- Respecto del **derecho a la Libre Elección**, podríamos considerar que las normas más claras son las de la Ley de Bolivia que señalan que “las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tiene derecho a elegir los productos y servicios que requieran, al igual que seleccionar o cambiar de proveedor que a su criterio les sea conveniente”, acentuando que “los proveedores de productos o servicios, no podrán ordenar o inducir a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores a contratar con determinados proveedores o quienes proporcionen servicios auxiliares”.
- En relación al **derecho a la educación** destaca la norma contenida en la Ley de Colombia que señala “Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas”
- Respecto del **derecho a recibir productos de calidad**, es destacable la disposición que lo refiere como el derecho de recibir productos de calidad: recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado, contenida en la Ley de Colombia.
- Por lo que respecta al **derecho a la no discriminación**, es destacable el contenido de la Ley de Ecuador se puntualiza que los consumidores tiene el derecho fundamental a un “trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, específicamente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida”.
- Por lo que se refiere al **derecho a la protección de la publicidad engañosa**, es destacable la disposición de la Ley de Costa Rica que señala “la protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección”.
- En relación al **derecho a la protección administrativa y judicial**, destaca la norma contenida en la Ley de Costa Rica que señala como derecho

fundamental e irrenunciable del consumidor, el de contar con mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos que conduzcan a prevenir adecuadamente, sancionar y reparar con prontitud la lesión de sus derechos”.

- Por último, cabe señalar que respecto del **derecho de defensa y representación**, se indica en la Ley de Uruguay, como parte de los derechos básicos de los consumidores, de llevar acabo la “asociación en organizaciones cuyo objeto específico sea la defensa del consumidor y ser representado por ellas”.

Por otra parte del contenido de los cuadros relativos a las Autoridades competentes en materia de defensa de los derechos del consumidor, destaca lo siguiente:

PAIS	AUTORIDAD	COMPETENCIA
BOLIVIA	Ministerio de Justicia	Implementar un sistema informático sobre la usuaria y el usuario, la consumidora y el consumidor, que contenga el registro de organizaciones de defensa, información de reclamaciones y otra de relevancia, que permita apoyar en la adopción de políticas generales y sectoriales en materia de los derechos de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores. (Art. 46 Ley 453).
CHILE	Servicio Nacional de Consumidor	Deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor. (Art. 58 Ley 19496).
COLOMBIA	Red Nacional de Protección al Consumidor	Estará encargada de difundir y apoyar el cumplimiento de los derechos de los consumidores de todas las regiones del país, recibir y dar traslado a la autoridad competente de todas las reclamaciones administrativas que en materia de protección al consumidor se presenten y brindar apoyo y asesoría a las alcaldías municipales para el cumplimiento adecuado de las funciones a ellos otorgadas en la presente Ley. (Art. 75 Ley 1480).
COSTA RICA	Comisión Nacional del Consumidor	Órgano de máxima desconcentración, adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Le corresponde velar por el cumplimiento de las disposiciones de esta Ley y las demás normas que garanticen la defensa efectiva del consumidor, que no se le hayan atribuido, en forma expresa, a la Comisión para promover la competencia. (Art. 47 Ley 7472).
EL SALVADOR	Defensoría del Consumidor	Es la entidad encargada de aplicar la presente ley y de coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma. Además coordinará el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y tendrá entre otras, la facultad de presentar propuestas al Órgano ejecutivo en el ramo de economía, para la formulación de políticas de protección al consumidor y su plan de acción. (Art. 57 Ley de Protección al Consumidor).
ECUADOR	Defensoría del Pueblo	Conoce y se pronuncia motivadamente sobre los reclamos y las quejas, que presente cualquier consumidor, nacional o extranjero, que resida o esté de paso en el país y que considere que ha sido directa o indirectamente afectado por la violación o inobservancia de los derechos fundamentales de consumidor, establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales de los cuales forme parte nuestro país, la presente ley, así como las demás leyes conexas. (Art. 81 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor).

ESPAÑA	Administración competente	Sancionan las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios cometidas en territorio español cualquiera que sea la nacionalidad, el domicilio o el lugar en que radiquen los establecimientos del responsable. (Art. 47 Ley General para la Defensa de los Consumidores y usuarios y otras leyes complementarias).
PANAMA	Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia	Es una entidad pública descentralizada del Estado, con personería jurídica propia, autonomía en su régimen interno e independencia en el ejercicio de sus funciones. La Autoridad estará sujeta a la fiscalización de la Contraloría general de la república, de acuerdo con la Constitución Política y las leyes. (Art. 84 Ley 45).
PARAGUAY	Ministerio de Industria y Comercio	En el ámbito nacional será autoridad de aplicación de la presente ley el Ministerio de Industria y Comercio y en el ámbito local, las municipalidades; pudiendo ambos actuar en forma concurrente. (Art. 40 Ley 1334)
URUGUAY	Dirección del Área de Defensa del Consumidor	Es la autoridad nacional de fiscalización del cumplimiento de la presente ley, sin perjuicio de las competencias constitucionales y legales atribuidas a otros órganos y entes públicos. (Art. 40 Ley 17.250). La Dirección General de Comercio, además, asesorará al Ministerio de Economía y Finanzas en la formulación y aplicación de las políticas en materia de defensa del consumidor. (Art. 41 Ley 17.250).

6. OPINIONES ESPECIALIZADAS

Las siguientes opiniones en materia de protección a los consumidores son de destacados doctrinarios, que a través de sus publicaciones nos presentan una serie de reflexiones, propuestas y análisis de la realidad en cuanto a la protección a los consumidores:

La Protección al consumidor y el proyecto de facilitación del tratado de libre comercio entre la Unión Europea y México

“Creemos que es importante que exista una legislación que proteja los derechos de los consumidores, pero no solamente ante las defraudaciones que ocurren de manera posterior al proceso de consumo. Es decir, se hace necesaria una norma que sea, por una parte, preventiva de los abusos más comunes y la realista, en tanto que sea capaz de reflejar las condiciones reales en que se realiza el consumo, la naturaleza tecnológica de las mercancías y los principales impulsos que motivan al consumidor.

Respecto a la función preventiva, las metas pueden lograrse a través de programas educativos en diversos niveles educativos que ayuden a los futuros consumidores a comprender la naturaleza de las mercancías, que refuercen el sentido de una administración racional y que realice prácticas de análisis crítico en torno al consumo irracional en el que frecuentemente se ven inmersos los consumidores. Por otra parte, los programas de educación a través de programas radiofónicos y televisivos podrían alcanzar mejor sus objetivos a través de la formación de conciencia a partir de la crítica de las prácticas de un consumo desmedido y ofreciendo estrategias concretas para lograr un consumo que, por lo menos, se acerque más a los ideales del consumo racional.

Las mercancías que se publicitan tiene una repercusión directa sobre los ciudadanos, por tal motivo la verificación de los procesos de producción debiera ser una práctica accesible no solamente a las autoridades sanitarias, laborales o de otra índole; todo ciudadano debe tener derecho a conocer lo que consume, por lo tanto, la verificación de los procesos de producción de las mercancías debiera ser accesible, sin restricciones, al público consumidor que es destinatario último de las mercancías.

*Finalmente nos parece importante reiterar que la publicidad que se ofrece a través de los medios de comunicación, no tiene otro sentido que hacer una presentación somera del producto que se anuncia y nunca podrá ser un criterio de consumo. Es importante que tanto los programas educativos como informativos orientados a la protección del o consumidor coadyuven a que el consumidor tenga claridad de esta premisa en pro de que las prácticas de consumo logren alcanzar un mínimo de racionalidad, con las consecuencias sociales que representa aproximarnos a una sociedad ilustrada en materia de consumo.*⁷³

⁷³ Dr. Francisco Javier Peña Razo, Dra. María Amelia Solórzano Peña y Dr. Ramiro Contreras Acevedo, “La Protección al consumidor y el proyecto de facilitación del tratado de libre comercio entre la Unión Europea y México (PROTLCUEM) Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, México 2010, pp. 386 y 387.

El derecho de protección a los consumidores en México

“En una sociedad donde el consumidor es una parte sine qua non, es necesario protegerlo. Es por esto que el derecho de la defensa de los consumidores aparece en una sociedad que ya ha alcanzado un cierto grado de desarrollo. Se trata de las sociedades industrializadas. Pero en un país donde coexisten diferentes estadios de desarrollo económico, a saber, un modo de producción capitalista desarrollado y otro subdesarrollado, este derecho de defensa de los consumidores es tanto más necesario que en las sociedades subdesarrolladas, las cuales son más débiles para resistir al choque de una economía de desperdicio. Es así que vemos manifestarse paralelamente dos tendencias en el derecho del consumo en los países del Tercer Mundo. Una, parecida a la de los países desarrollados, consiste en proteger el consumo; otra a desarrollarlo, este doble movimiento se observa en México.”

Se está convirtiendo en una rama autónoma de derechos. Lo es ya en países como Suecia, Estados Unidos, Francia.

El derecho del consumidor es el que concierne a éste como sujeto principal de derecho. Sin duda existen otras disposiciones jurídicas que no son indiferentes a los intereses de los consumidores. Lo cierto es que lo protegen en su calidad particular de consumidor.

Se puede constatar que eventualmente puede haber una diferencia de grado entre el sentido económico del término consumidor y los diferentes significados jurídicos. Esto acarrea en ocasiones limitaciones al derecho, y al mismo tiempo señala la ruta a seguir si se quieren hacer modificaciones para permitir al consumidor una participación más activa sobre el proceso y la organización económica.

Ahora bien, la Ley Federal de Protección al Consumidor marca un paso importante en la constitución de un derecho del consumo.

En el conjunto total de la legislación social mexicana esta ley representa la vanguardia en la lucha contra la inflación y la protección de los intereses de los consumidores. Sobre todo, nos parece que esta ley ha sido un medio de dar a conocer sus derechos a los consumidores. Es un medio eficaz para crear una conciencia consumista inexistente. Más no hay que olvidar que en repetidas ocasiones, durante el análisis, hemos tenido la impresión de que la ley no siempre es adecuada y que sus disposiciones no alcanzan todavía lo ideal. Es necesario continuar en esta dirección. Por otro lado, sabiendo que aquellos quienes redactaron la ley han sido los juristas del derecho comercial más prestigiados del país, creemos que en legislador ha querido promulgar la ley, es cierto, para responder a las necesidades de la economía y de ciertas capas de la población urbana, pero igualmente para observar los efectos en la sociedad y quizá estimular el derecho en esta dirección.

Finalmente, si hacemos un balance de esta joven realidad jurídica, estamos obligados a reconocer que:

Incluso en los países industrializados, hasta el día de hoy, asistimos a una internacionalización del capital, es decir, de productores, mientras que los movimientos de protección de los consumidores se reducen esencialmente a los ámbitos nacionales.

El derecho del consumo puede ser (si es impulsado en base a una lógica que desarrolle las relaciones económicas) una oportunidad para alterar los principios actuales de la propiedad de los bienes de producción y del consumo, y por intervenir en la organización de la economía, puesto que pone al productor frente al consumidor.

Bajo esta óptica, esto nos parece la expresión de una nueva etapa económica. Las relaciones productor-consumidor, como las relaciones entre el capital y el trabajo, son una nueva forma de expresión de la antinomia entre explotadores y explotados.

Si el capital es creación de toda una sociedad, es también la sociedad toda entera quien debe administrarla y no solamente algunos individuos. Existen, desafortunadamente, obstáculos quizá insuperables para hacerlo, como por ejemplo la complejidad del mundo económico actual. A pesar de ello, el consumidor debe intervenir como una parte en el proceso de la producción y, desde luego, en el consumo; debe poder decidir lo que va a consumir, pero antes de que los bienes se produzcan y no cuando los productos ya han sido terminados y, por lo tanto, impuestos a los consumidores. Todo esto, porque imponer lo que debe consumir equivale a una desvaloración en la consideración de los hombres. Este deber o propósito tiene un límite muy claro: los empresarios y los detentadores de los bienes de producción tiene una gran fuerza material e ideológica, puesto que son ellos quienes “pagan” a los obreros, organizan la distribución, controlan el mercado, los costos de producción; luego, entonces, pueden conservar un poder más grande de decisión bajo el pretexto de una responsabilidad más grande.⁷⁴

El Desarrollo del Derecho del Consumo en América Latina y la Unión Europea.

“Muchos países no hacen distinción entre “protección al consumidor” y “derechos del Consumo” es decir, se refieren al derecho de consumo como el conjunto de normas que regula la convivencia humana en una relación de consumo, en la que el Estado tutela y protege al consumidor, en un lugar y momento determinados.

Tal es el caso de México, donde el conjunto de normas jurídicas que regulan la relación de consumo, en la que el Estado tutela y protege al consumidor encuentran su fundamento en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en el artículo 1° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no obstante, no existe unanimidad de criterios para incluir esta “rama del derecho” en las clasificaciones clásicas de las leyes, tampoco en las obras de los autores clásicos del derecho mexicano (Trinidad García, García Máynez y Peniche Bolio, etc.) ni en los programas de estudio de la mayor parte de las escuelas y facultades de derecho en México. Así está el concepto del derecho de consumo: tiene elementos jurídicos relacionados con otras ramas del derecho (derecho mercantil, derecho social, derecho civil, derecho administrativo, derecho económico, derecho procesal, derecho penal, derecho de la propiedad industrial, derecho internacional), incluso con otras ciencias como la sociología, la economía etc.; por lo que podría decirse que tiene una naturaleza jurídica híbrida, ya que no puede establecerse como una disciplina autónoma de las ya señaladas, sino como una figura jurídica relacionada con todas ellas.

Para el derecho de consumo, los derechos del consumidor y la protección al consumidor es necesaria una crítica y una reconstrucción de una realidad “recortada”, es decir, de la realidad delimitada, seleccionada y reproducida como reflejo de la realidad pura, misma que es provocada por el asesinato epistemológico que han producido los diferentes fuerzas de poder en América Latina. Del análisis de los diferentes paradigmas jurídicos y su respectiva crítica, aparece evidente la necesidad de lineamientos metodológicos nuevos donde el derecho no quede reducido a la ley, sino que sea un derecho emancipador del paradigma positivista que sea capaz de construir un derecho nuevo, para una sociedad nueva donde la libertad, la mayor herencia de la cultura occidental, sea

⁷⁴ Lares Romero Víctor Hugo, “El derecho de protección a los consumidores en México”, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México 1991, pp 182 y 183.

*el ejercicio principal que haga el consumidor. Tal es el sentido de la libertad en una sociedad compleja: nos proporciona toda certeza que necesitamos para vivir.*⁷⁵

La necesidad de incluir en la Ley Federal de Protección al Consumidor el derecho de protección del honor e integridad del consumidor, se deriva de los excesos y abusos de proveedores, muchas veces a través del personal de vigilancia privada, quienes con el supuesto propósito de cuidar la seguridad del lugar, realizan auténticos cateos, durante los cuales cometen abusos sobre las personas y sus pertenencias, lo cual está prohibido constitucionalmente a las autoridades, por lo cual con mayor razón debe prohibirse que los lleven a cabo los particulares.

*Para la seguridad será suficiente pasar los objetos voluminosos por los detectores de metal, sin que sea justificado obligar al consumidor a despojarse de los objetos que vayan a la vista como parte de sus vestimenta u otros accesorios, como cinturones, sacos, chamarras, etcétera, situación que se hace frecuente por ejemplo en aeropuertos, bares y centros nocturnos, sin que hasta el momento Ley Federal de Protección al Consumidor contenga alguna previsión para evitar tales prácticas.*⁷⁶

Retos que Plantea la Protección a los Consumidores en México

“El proceso de globalización desarrollado en las últimas décadas, ha integrado los mercados de consumo impulsando la producción masiva para el consumo masivo, el mayor ingreso de productos y servicios al mercado, una feroz competencia por vender incitando al crédito y al endeudamiento, con información insuficiente y publicidad cada vez más agresiva perturbando así la espontaneidad de elección, la libertad y racionalidad de la decisión de los consumidores que pone en crisis la vigencia de los imperativos de transparencia, equidad, calidad y seguridad del mercado.

Ello evidencia la vulnerabilidad del consumidor en el mercado de consumo y nos resulta claro que siendo insuficientes las reglas del mercado para garantizar una posición de equilibrio en las relaciones de consumo, es necesario llevar a cabo una política global dirigida a conseguir la protección del consumidor, una protección jurídica dirigida especialmente a los consumidores.

Tras la globalización, el consumo hoy ya no es un elemento que caracterice a una cultura, sino que iguala ciudadanos y culturas, ya que productos como McDonald's o Coca Cola pueden encontrarse en gran número de países. Hemos afirmado que el derecho del consumidor tiene como propósito la búsqueda de un marco de equilibrio en las relaciones de consumo entre empresarios y consumidores o usuarios. Gall hablando del caso de Argentina expresa:

- Cuando nuestra economía era cerrada, los consumidores estábamos en manos de unos pocos productores de bienes y servicios, cuyos estándares de producción resultaban altamente insuficientes.*
- Los productos eran escasos, caros y de no muy alta calidad.*
- Hoy, que tenemos un mercado abierto, vemos que al consumidor argentino le están llegando productos de mejor calidad y de menor precio.*

Los ejemplos son numerosos.

⁷⁵Solórzano Peña María Amelia y Contreras Acevedo Ramiro, coordinadores, “El Desarrollo del Derecho del Consumo en América Latina y la Unión Europea”, México, editorial Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, 2015 Págs. 117 y 118

⁷⁶García García Rodolfo, “Tratado sobre Derecho de Protección al Consumidor”, Editorial Porrúa, México 2005, págs. 41 y 42.

En el Comité Europeo, el cual tiene mayor trayectoria en este mundo de la globalización, se pronunció sobre las prioridades de la política de consumo, enumerando las siguientes:

- *La evolución de los mercados*
- *Los grandes cambios*
- *El comercio internacional globalizado*
- *El distanciamiento progresivo de los consumidores y los comerciantes.*

Por lo que respecta al consumidor individual, éste no tiene fuerza ante los sectores de poder económico, tanto productores como comerciantes, por lo que se enfatizó:

- *La salud y seguridad*
- *Los intereses económicos*
- *Los reclamos y el resarcimiento*
- *La información y educación*
- *La representación y consulta*

Finalmente, a modo de evaluación, es preciso comentar que la globalización, la aplicación de los avances científicos y tecnológicos en el quehacer productivo o los procesos de globalización, tienen un impacto directo sobre la vida nacional, cuyas consecuencias aún no podemos conocer en detalle ni a profundidad.

La inserción de México en este contexto debe realizarse atendiendo, de manera simultánea, viejos rezagos estructurales y los desafíos que la realidad actual plantea. El Estado debe reformar estructuras que si bien en su momento respondieron a situaciones específicas, la realidad contemporánea empieza a hacerlas obsoletas e inadecuadas para cumplir sus finalidades originales.

En el mundo moderno, empieza a hacerse cada vez más evidente que las instituciones no pueden asumir plenamente el trabajo de las comunidades ni suplantar sus intereses, creatividad o sentido productivo. El reto no es sólo hacer más eficiente su capacidad de rectoría sino salir al encuentro de la dinámica social del país, anticipándose y siendo partícipe de los cambios.

...”⁷⁷

⁷⁷ Witker, Jorge, Varela, Angélica “Derecho de la competencia económica en México”. Serie doctrina jurídica no. 157. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, 2003.pags. 293-300. Dirección en Internet: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1151/1.pdf>

CONSIDERACIONES GENERALES

A continuación se exponen alguna de los principales aspectos vertidos en las distintas secciones que integran el presente estudio, a saber:

En la Ley Federal de Protección al Consumidor se reconocen los derechos básicos de los consumidores, denominados como principios básicos de las relaciones de consumo, refiriendo los siguientes: El derecho a la protección de la vida, la salud y la seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por prácticas en el abastecimiento de productos o servicios considerados peligrosos o nocivos; El derecho a la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos o servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; El derecho a la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen; El derecho a la efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos; El derecho al acceso a los órganos administrativos con el objeto de prevenir daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos, y garantizar la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores; el derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores, (protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra las prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios; la real y efectiva protección al consumidor 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; El respecto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento; y la protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha emitido diversas jurisprudencias relativas a la protección de los derechos de los consumidores, entre su contenido se destacan las que señalan lo siguiente: el derecho de los consumidores como un derecho fundamental de base y rango constitucional; facultad de la Procuraduría Federal del Consumidor para ejercer acciones y realizar trámites y gestiones en representación de los intereses de los consumidores; relación jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor con los proveedores y consumidores en un plano de supra a subordinación; la legitimación, competencia y objeto de las acciones colectivas a favor de los consumidores; requisitos para la propaganda comercial; delimitación de la Ley Federal de Protección al consumidor a las relaciones entre proveedores y consumidores; Facultad del Congreso de la Unión para legislar en materia de protección al consumidor; características y acciones para la defensa de los intereses colectivos o difusos; elementos que integran el concepto de competencia y presupuestos para considerar como competencia desleal, principalmente.

Respecto de los antecedentes de la protección a los consumidores, señalados por los doctrinarios en el desarrollo del documento, podemos afirmar que el reconocimiento de dicha protección en el ámbito internacional proviene de una serie de acontecimientos, los más destacables a partir de la segunda mitad del siglo XX, no obstante que el consumo siempre ha estado presente en las relaciones sociales humanas, algunos autores ubican que durante la primera mitad del siglo XX se manifestaron los primeros movimientos de los consumidores que reclamaban regulaciones sobre cuestiones específicas, sustancias alimenticias y farmacéuticas, el desmesurado incremento de los precios al consumidor, el contraste entre las prácticas habituales del comercio y los intereses a largo plazo de los consumidores, entre otros. Respecto de la segunda mitad del siglo XX coinciden en afirmar que la propuesta del Presidente John F. Kennedy del “Derecho a ser Informado” como un derecho fundamental de los consumidores, fue la base legal para la defensa de los intereses de los consumidores. Por otra parte se destaca que el movimiento de los consumidores en el mismo decenio de

los sesenta, se extendió a los países europeos, que dieron origen a la creación de los primeros organismos administrativos para la tutela de dichos intereses en Francia, Inglaterra, Suecia y Holanda.

Cabe señalar que en relación a los antecedentes, se refieren también a la emisión por organismos y gobiernos de ciertos instrumentos como la Carta Europea de Protección de los Consumidores; El Programa Preliminar y la directivas de la Comunidad Económica Europea; Las Directrices de la ONU para la protección al consumidor y El Código Brasileño de Defensa del Consumidor.

Por lo que respecta a nuestro País, los doctrinarios refieren una serie de acontecimientos, algunos de ellos correspondientes a los de carácter internacional vinculados con los consumidores, entre ellos destacan: el modelo proteccionista instaurado en México a partir de la década de los cuarenta hasta los sesentas; la iniciativa de 1975 y su posterior promulgación en 1976 de la primera Ley Federal de Protección al Consumidor; la transición de México al modelo de Estado Neoliberal de 1982 a 1988; la adición al artículo 28 Constitucional en 1983 con el precepto relativo a la protección de los consumidores; la anexión de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio en 1986; la etapa de 1990 a 1999 que sitúa la apertura comercial, políticas de desregularización, privatización de empresas e impulso de la economía de libre mercado, incluyendo la promulgación de la Ley Federal de Competencia y la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte; el periodo del año 2000 al 2009 lo caracterizan como de políticas económicas no compatibles con las garantías sociales, en el cual la Ley Federal de Protección al Consumidor fue reformada de manera integral con el objeto de acoplarse a los ejes, objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006; En 2008 México era el país como mayor número de tratados comerciales en el mundo y se encontraba en el lugar 52 del ranking mundial competitividad y se ubicaba entre los líderes de América Latina; finalmente señalan los doctrinarios una última etapa que comprende de 2010 a junio de 2018 la cual denominan el

mantenimiento de políticas públicas de estabilización financiera e insuficiente crecimiento económico y social. Por último es destacable lo acentuado por los doctrinarios en el sentido de que México no es ni ha sido ajeno a la influencia de los acontecimientos mundiales, como las tendencias a favor de la apertura de las economías, el uso cada vez más recurrente y especializado de los medios de comunicación, la aplicación de los avances científicos y tecnológicos en el quehacer productivo, como el comercio electrónico y los procesos de globalización.

En Cuanto al marco jurídico general de la protección a los consumidores se debe señalar en principio las disposiciones de la Constitución Federal, el artículo 28 y sus tres primeros párrafos, y las fracciones X y XXIX –E del artículo 73, en el primero se precisa que la ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses, en el segundo se determina la facultad del Congreso de la Unión para legislar en la materia.

Respecto de la Ley Federal de Protección al Consumidor la cual tiene por objeto promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, desde su promulgación en 1992, ha tenido cuarenta y tres reformas, adiciones y actualizaciones, de tener 143 a 190 artículos, y un nuevo capítulo 16, lo cual responde entre otros aspectos a la necesidad de actualizar su texto a la nueva realidad nacional e internacional.

Además del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, existen leyes federales como la de competencia y de protección y defensa al usuario de servicios financieros, así como disposiciones dispersas en los Tratados Internacionales, Códigos, Leyes, Decretos, Reglamentos, Estatutos, Acuerdos, Avisos, Disposiciones Generales, y Normas Oficiales Mexicanas, que conforman el marco jurídico de protección a los consumidores, tan amplio como la propia

realidad de consumo nacional, que se encuentran en constante actualización y adecuación.

En lo referente al derecho comparado de la protección de los derechos de los consumidores, cabe señalar que en algunos de los países como: Bolivia, Chile Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador; España, Panamá Paraguay y Uruguay, cuentan en sus compendios legislativos generales, con leyes especializadas en la materia en ellos se determinan éstos de manera diversa, algunas veces sólo como derechos, y en otras como derechos fundamentales, derechos irrenunciables, derechos básicos o derechos de los consumidores etc.

Cabe destacar que en el marco de la legislación señalada, se pretende la protección de los consumidores en las relaciones consumo, de la vida, la salud, la integridad física, la seguridad, los intereses económicos; la reparación, la indemnización, la compensación, el retracto; la reclamación; el derecho a recibir información; derecho a la libre elección; derecho a recibir productos de calidad; derecho a la protección de la publicidad engañosa; derecho a la protección administrativa y judicial y derecho de defensa y representación.

Por último, cabe señalar que respecto de las opiniones especializadas de destacados doctrinarios en la materia de protección a los consumidores, algunas de las más sobresalientes son las siguientes: señalan la necesidad de que exista una legislación que proteja los derechos de los derechos de los consumidores, de manera preventiva de los abusos más comunes, considerando las condiciones reales en que se realiza el consumo, la naturaleza tecnológica de las mercancías y los principales impulsos que motivan al consumidor; accesibilidad a la verificación de los procesos de producción de las mercancías al público consumidor que es destinatario último de las mercancías; plantean que si bien la Ley Federal de Protección al Consumidor, representa la vanguardia en la lucha contra la inflación y la protección de los intereses de los consumidores, que ha sido un medio de dar a conocer sus derechos a los consumidores, también es un medio eficaz para

crear una conciencia consumista inexistente, no hay que olvidar que en repetidas ocasiones, durante su análisis, han tenido la impresión de que la ley no siempre es adecuada y que sus disposiciones no alcanzan todavía lo ideal; señalan que respecto de la protección del consumidor no existe unanimidad de criterios para incluir esta “rama del derecho” en las clasificaciones clásicas de las leyes, tampoco en las obras de los autores clásicos del derecho mexicano, ni en los programas de estudio de la mayor parte de las escuelas y facultades de derecho en México; y plantean la necesidad de incluir en la Ley Federal de Protección al Consumidor el derecho de protección del honor e integridad del consumidor, lo cual se deriva de los excesos y abusos de proveedores, principalmente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

LEGISLACIÓN FEDERAL

- Página de Internet de la H. Cámara de Diputados <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- Ley Federal de Protección al Consumidor, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados página en internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financiero, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados página en internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- Ley Federal de Competencia, Leyes Federales Vigentes, H. Cámara de Diputados página en internet <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- “Marco Jurídico y Normativo” Página de Internet de la Procuraduría Federal del Consumidor, <https://www.gob.mx/profeco/documentos/marco-juridico-y-normativo>

EJEMPLARES DEL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN

- Diario oficial de la Federación del 3 de febrero de 1983, página de internet <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=1983&month=02&day=03>
- Diario Oficial de la Federación del 11 de junio de 2013, página de internet <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=2013&month=06&day=11>
- Diario Oficial de la Federación del 24 de diciembre de 1992, página en internet <http://www.dof.gob.mx/index.php?year=1992&month=12&day=24>
- Diario Oficial de la Federación del 3 de agosto de 2006, página de internet http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4926974&fecha=03/08/2006
- Diario Oficial de la Federación del 9 de septiembre de 2016, página de internet http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5452142&fecha=09/09/2016

ORGANISMOS INTERNACIONALES

- Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo <http://unctad.org/es/Docs/poditccclpm21.sp.pdf>
- Fichas Técnicas sobre la Unión Europea, “Las Medidas de Protección de los Consumidores”, página de internet del Parlamento Europeo, http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuld=FTU_2.2.2.html
- Red de Consumo seguro y Salud. Página de internet de la Organización de los Estados Americanos, Resolución AG/RES 2830 (XLIV 0/14) http://www.oas.org/es/sla/rcss/resoluciones/AG_2014ESP.pdf
- Página de internet de la Organización de los Estados Americanos, Red de Consumo Seguro y Salud http://www.oas.org/es/sla/rcss/sobre_rcss.asp

LEGISLACIÓN DE OTROS PAÍSES

- REPÚBLICA DE BOLIVIA: Ministerio de Justicia del Estado Plurinacional de Bolivia, <http://www.justicia.gob.bo/>
- REPÚBLICA DE CHILE: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile <https://www.leychile.cl/>

- REPÚBLICA DE COLOMBIA: Presidencia de la República de Colombia, <http://wp.presidencia.gov.co/>
- REPÚBLICA DEL SALVADOR: Asamblea Nacional de el Salvador, <https://www.asamblea.gob.sv/>
- REPÚBLICA DE COSTA RICA: Sistema Costarricense de Información Jurídica, Procuraduría General de la Republica, <http://www.pgrweb.go.cr/scij/>
- REPÚBLICA DEL ECUADOR: Ministerio de Industrias y productividad, <http://www.industrias.gob.ec/>
- ESPAÑA: Boletín Oficial del Estado, Gobierno de España, Ministerio de la Presidencia y para las administraciones Territoriales. <http://www.mpr.gob.es/>
- REPÚBLICA DE PANAMÁ: Asamblea Nacional de Panamá, <http://www.asamblea.gob.pa/>
- REPÚBLICA DE PARAGUAY: Ministerio de Industria y Comercio de la República de Paraguay <http://www.mic.gov.py/>
- REPÚBLICA DE URUGUAY: Ministerio de Economía y Finanzas <http://consumidor.mef.gub.uy/>

BIBLIOGRAFÍA

- Enciclopedia Jurídica Mexicana Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tomo II, Editorial Porrúa y Universidad Nacional Autónoma de México, México 2002.
- Dr. Francisco Javier Peña Razo, Dra. María Amelia Solórzano Peña y Dr. Ramiro Contreras Acevedo, “La Protección al consumidor y el proyecto de facilitación del tratado de libre comercio entre la Unión Europea y México (PROTLCUEM) Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, México 2010.
- Lares Romero Víctor Hugo, “El derecho de protección a los consumidores en México”, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México 1991.
- Ovalle Favela José, Derechos de los Consumidores, México DF, Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídica, México 2015.
- Solórzano Peña María Amelia y Contreras Acevedo Ramiro, coordinadores, “El Desarrollo del Derecho del Consumo en América Latina y la Unión Europea”, México, editorial Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, 2015.
- García García Rodolfo, Tratado sobre Derecho de Protección al Consumidor, México, Editorial Porrúa, 2005.
- Witker, Jorge, Varela, Angélica “Derecho de la competencia económica en México”. Serie doctrina jurídica no. 157. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, 2003. Dirección en Internet: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1151/1.pdf>

TESIS JURISPRUDENCIALES

- DERECHO DE LOS CONSUMIDORES. COMO DERECHO FUNDAMENTAL DE BASE CONSTITUCIONAL TIENE UNA REGULACIÓN LEGAL, ESPECÍFICA Y PROTECTORA QUE EL JUZGADOR DEBE CONSIDERAR AL RESOLVER LOS CONFLICTOS ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES QUE SEAN DE SU COMPETENCIA PARA EVITAR ABUSOS.

- Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=163370&Expresion=CONSUMIDORES>
- CONSUMIDOR. LA OBTENCIÓN DEL MÁXIMO BENEFICIO CON SUS RESERVAS, ES UN DERECHO HUMANO DEL CONSUMIDOR TUTELADO EN EL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, QUE SE COMPLEMENTA CON LAS DIRECTRICES DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA SU PROTECCIÓN.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2002127&Expresion=CONSUMIDORES>
 - PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. TIENE FACULTAD PARA EJERCER ACCIONES Y REALIZAR TRÁMITES Y GESTIONES EN REPRESENTACIÓN DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2008645&Expresion=CONSUMIDORES>
 - BEBIDAS ALCOHOLICAS. LA PROMOCION O CUALQUIERA OTRA ACTIVIDAD CUYO PROPOSITO SEA INCREMENTAR SU CONSUMO, REQUIERE DE AUTORIZACION ESPECIFICA POR PARTE DE LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=200561&Expresion=CONSUMIDORES>
 - TELECOMUNICACIONES. LA FACULTAD PARA EMITIR NORMAS OFICIALES MEXICANAS EN MATERIA DE DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES DE ESTE TIPO DE SERVICIOS, RECAE EN LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y NO EN LA COMISIÓN FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2005863&Expresion=CONSUMIDORES>
 - PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. SU RELACIÓN JURÍDICA CON LOS PROVEEDORES Y CONSUMIDORES SE UBICA EN UN PLANO DE SUPRA A SUBORDINACIÓN.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=188377&Expresion=CONSUMIDORES>
 - ACCIONES COLECTIVAS A FAVOR DE LOS CONSUMIDORES. LEGITIMACIÓN, COMPETENCIA Y OBJETO.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=169985&Expresion=CONSUMIDORES>

- TELECOMUNICACIONES. LOS CONCESIONARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO RELATIVO SE RIGEN TANTO POR LA NORMATIVA TÉCNICA APLICABLE Y PERTINENTE A LA MATERIA, COMO POR LA QUE TUTELA Y GARANTIZA LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2005865&Expresion=CONSUMIDORES>
- PROPAGANDA COMERCIAL, REQUISITOS PARA LA.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=319667&Expresion=CONSUMIDORES>
- LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. SOLO ES APLICABLE A LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=201604&Expresion=CONSUMIDORES>
- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. LA LEY FEDERAL RELATIVA ES UN ORDENAMIENTO DE CARÁCTER TRANSVERSAL, POR LO QUE ABARCA LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES, EN LA MEDIDA EN QUE INCIDAN EN LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2005854&Expresion=CONSUMIDORES>
- 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.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=177519&Expresion=CONSUMIDORES>
- CONSUMIDOR. EL DERECHO A SU PROTECCIÓN TIENE RANGO CONSTITUCIONAL.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet : <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2008636&Expresion=CONSUMIDORES>
- INTERESES COLECTIVOS O DIFUSOS. SUS CARACTERÍSTICAS Y ACCIONES PARA SU DEFENSA.
Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=169861&Expresion=CONSUMIDORES>
- COMPETENCIA. ELEMENTOS QUE INTEGRAN ESE CONCEPTO Y PRESUPUESTO PARA CONSIDERARLA DESLEAL.

Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=2003500&Expresion=CONSUMIDORES>

- DERECHOS DEL CONSUMIDOR. INCLUYE EL RECLAMO POR DAÑOS CAUSADOS POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS (INTERPRETACIÓN DE LA ÚLTIMA PARTE DEL TERCER PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 28 CONSTITUCIONAL).

Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=167938&Expresion=CONSUMIDORES>

- LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, ARTICULO TERCERO. ESTE ORDENAMIENTO JURIDICO, TIENE COMO FIN BASICO LA REGULACION DE LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES, TENDIENTES A EVITAR PRACTICAS MERCANTILES LESIVAS EN PERJUICIO DE ESTOS. (RELACION CONTRACTUAL ENTRE LA EMPRESA CONCESIONARIA DEL TRANSPORTE Y EL CONSUMIDOR).

Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=231957&Expresion=CONSUMIDORES>

- PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 1o. DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, QUE ESTABLECE SU OBJETO Y REGULA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, NO TRANSGREDE EL ARTÍCULO 1o. DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL.

Sistema de Consulta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, tesis publicada en la dirección de Internet: <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/wfDetalleTesis.aspx?SN=1&Clase=DetalleTesisBL&ID=177527&Expresion=CONSUMIDORES>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

