

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ACATLAN

“REFORMA AL ARTICULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL  
CONSUMIDOR, PARA ESTABLECER EL INICIO DEL COMPUTO DE LOS  
TREINTA DIAS HABILES, EN EL REGISTRO DE LOS CONTRATOS DE  
ADHESION“.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A

HECTOR FABIAN PEZA CARMONA

ASESOR: LIC. RAFAEL CHAINE LOPEZ

JUNIO 2007.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

DOY GRACIAS A DIOS POR DEJARME SER

A MI MADRE POR LA VIDA QUE ME DIO

A MI ABUELITA ELVIRA GAVIÑO CANO, POR SU DEDICACION, EDUCACION PRINCIPIOS Y VALORES QUE ME INCULCO Y QUE HOY DA UNO DE SUS FRUTOS

A EL DOCTOR PEDRO APOLINAR CEDILLO LOPEZ, POR SU APOYO INCONDICIONAL EN TODO MOMENTO E INSPIRACION PARA SUPERARME CON BASE EN LA PREPARACION, TRABAJO Y LA LUCHA CONSTANTE

A DANIEL, PEDRO Y HECTOR, MIS HIJOS

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO POR LA FORMACION PROFESIONAL QUE ME DIO Y LA CUAL LE AGRADEZCO INFINITAMENTE

A MIS PROFESORES POR COMPARTIRME SUS CONOCIMIENTOS

A EL LICENCIADO RAFAEL CHAINE LÒPEZ, POR SU DISPOSICIÓN, GRACIAS

A LA LICENCIADA XOCHITL BERENICE LÒPEZ CANALES POR LA IDEA PARA DESARROLLAR EL PRESENTE TRABAJO

A TODOS MIS AMIGOS, GRACIAS

## INTRODUCCIÓN

## CAPITULO I

## LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- 1.1 CONCEPTO
- 1.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO
- 1.3 ANTECEDENTES EN LATINOAMÉRICA
- 1.4 ANTECEDENTES EN EUROPA

## CAPITULO II

MÉXICO  
LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN

- 2.1 NATURALEZA JURÍDICA
- 2.2 FUNCIONES
- 2.3 ESTRUCTURA
- 2.4 ATRIBUCIONES

## CAPITULO III

### EL CONTRATO DE ADHESIÓN EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR VIGENTE

- 3.1 CONCEPTO DE CONTRATO
- 3.2 CONCEPTO DE CONTRATO DE ADHESIÓN Y SU NATURALEZA JURÍDICA
- 3.3 EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN EN EL DERECHO POSITIVO MEXICANO
- 3.4 CONTRATO DE ADHESIÓN EN EL DERECHO COMPARADO

## CAPITULO IV

### PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- 4.1 ANÁLISIS DEL ARTICULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
- 4.2 MOTIVACIÓN PARA REFORMAR EL ARTICULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
- 4.3 PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTICULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN A CONSUMIDOR

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCION

La evolución de la producción y comercio ha provocado un sin número de hechos sociales que el estado en su esfera de control social no les es posible contemplar, por lo que tiene que ir adecuando las normas a estas transformaciones para garantizar la equidad, certeza y seguridad jurídica entre los protagonistas de estos cambios inevitables e inherentes al desarrollo humano, y algunos de estos cambios sociales son en el contexto de las relaciones entre proveedores y consumidores en los cuales se dan conflictos en los cuales intervienen, la Procuraduría Federal del Consumidor, el proveedor y el consumidor, ahora bien el presente trabajo de investigación se tratara en concreto una deficiencia en la Ley Federal de Protección al Consumidor que suscita conflictos entre la Procuraduría Federal del Consumidor y el proveedor, el cual se refiere al registro de los contratos de adhesión señalado en el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente, por lo que se plantea el problema que conlleva esta deficiencia en esta ley y se propone en el presente trabajo una reforma con la que quedaría subsanada tal deficiencia y con ello se daría certeza jurídica a los protagonistas del consumo.

## O B J E T I V O

DEMOSTRAR CON ESTE TRABAJO DE INVESTIGACION QUE ES NECESARIO ESTABLECER EL MOMENTO EN QUE DA INICIO DEL TERMINO QUE FIJA LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, EN SU ARTICULO 87, ASÍ COMO INDICAR QUE ESTE TERMINO SERA DE DIAS HABLES, ESTO CON LA FINALIDAD DE SUBSANAR LA DEFICIENCIA QUE EXISTE EN LA LEY EN ESTUDIO.

## J U S T I F I C A C I O N

SE JUSTIFICA EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACION PORQUE CON EL SE DEMOSTRARA, QUE CON LA REFORMA QUE SE PLANTEA, EL PROVEEDOR AL REALIZAR EL TRAMITE DE REGISTRO DEL CONTRATO DE ADHESION, ANTE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR QUEDARA ESTABLECIDO EL MOMENTO A PARTIR DE CUANDO EMPIEZA A CORRER EL TERMINO DE TREINTA DIAS QUE SEÑALA EL ARTICULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR Y ASÍ MISMO SE INDICARA QUE ESTE TERMINO SERA DE DIAS HABLES, Y CON ESTO EL PROVEEDOR TENDRA CERTEZA Y SEGURIDAD JURIDICA.

## CAPITULO I

### LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

## CAPITULO I

### LA PROTECCION AL CONSUMIDOR

#### 1.1 CONCEPTO

#### 1.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO

#### 1.3 ANTECEDENTE E LATINOAMERICA

#### 1.1 ANTECEDENTES EN EUROPA

La protección al consumidor es:

El conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios.

Tomando en consideración que en la sociedad el consumo constituye el sustento de la producción y por consiguiente el eje del desarrollo económico y social de un país, su relevancia radica en el efecto multiplicador que tienen todos los sectores y actividades, situación que reclama invariablemente ajustes al marco Jurídico tradicional así como las adecuaciones a los mecanismos operativos y de atención al consumidor, las cuales deben trascender en el estrecho margen nacional acostumbrado e integrarse dentro de un concepto de aplicación que se incorpore en el ámbito del Derecho Internacional, ya que ante la globalización las instituciones publicas no pueden ignorar esta realidad.

Con anterioridad, tales derechos se hacían derivar de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores, con base en el Código de Comercio ó del Código Civil, los cuales, en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaba en el principio de la autonomía de la voluntad o de la libertad de estipulaciones. El consumidor, con su poca información sobre bienes y servicios del mercado y sobre sus derechos y obligaciones, debía enfrentar solo sus relaciones de consumo con proveedores que contaban con mayor información y experiencia. (1)

A la fecha en México, la Procuraduría Federal del Consumidor considera siete derechos básicos del consumidor los cuales son:

Derecho a la información.

La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y en general, toda la información de los bienes y servicios que nos ofrezcan, deben ser oportuna, completa, clara y veraz de manera que podamos elegir sabiendo que compramos.

Derecho a la educación.

Podemos recibir educación en materia de consumo, conocer nuestros derechos y saber de que forma nos protege la Ley, así como organizarnos con familiares o vecinos para aprender a consumir mejor y de manera más inteligente.

Derecho a elegir.

Al decidirnos por un producto o servicio, nadie puede presionarnos, condicionarnos la venta a cambio de comprar algo que no queremos, o exigirnos pagos o anticipos sin que se haya firmado un contrato.

(1) José Ovalle Favela. *Derechos del consumidor*. Cámara de Diputados LVIII Universidad Nacional Autónoma de México. Pagina 3.

Derecho a la seguridad y calidad.

Los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado deben cumplir con ciertas normas y disposiciones en materia de seguridad y calidad. Además,

los instructivos deben incluir las advertencias necesarias y explicar claramente el uso recomendado de los productos.

Derecho a no ser discriminado.

Al comprar un producto o contratar un servicio no pueden negárnoslo, discriminarnos o tratarnos mal por nuestro sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad, orientación sexual, por tener alguna discapacidad o cualquier motivo similar.

Derecho a la compensación.

Si los proveedores no cumplen lo que prometen. Tenemos derecho a que nos compensen, ya sea devolviéndonos el dinero, reduciendo el precio del producto o reparándolo sin costo alguno.

Derecho a la protección.

Podemos ser defendidos por las autoridades y exigir la explicación de las leyes; también organizarnos con otros consumidores para defender intereses comunes. Cuando algún proveedor no respete nuestros derechos, podemos acudir a Profeco a presentar nuestra queja o llamar al teléfono del consumidor para denunciar algún abuso que este afectando a varios consumidores. (2)

(2)Procuraduría Federal del Consumidor/Coordinación General de Educación y Divulgación/Dirección General de Difusión/Impreso en Talleres Gráficos de México en agosto 2005.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor nos señala en el artículo 1, las características de la misma, así como los principios básicos de las relaciones de consumo.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, en su Capítulo I, Disposiciones Generales, el artículo primero nos indica:

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

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.

“son principios básicos en las relaciones de consumo:

I la protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra 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 y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;

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

IV la efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos;

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

VI el otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos;

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

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

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, y

IX el respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento.

Así como en el Artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor nos refiere los conceptos de consumidor, proveedor.

Artículo 2.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

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 177 de esta Ley.

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

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

## 1.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO

El consumo entre los aztecas.

Las relaciones de consumo se encontraban reguladas conformando principalmente por Tenochtitlan, Azcapotzalco, Texcoco y Tacuba, los aztecas era un pueblo conquistador, pues contaba con numerosas instituciones, destacando el ejército y los Pochtecas, mediante los cuales sometían y explotaban a los demás pueblos. El gobierno descansaba en la suprema autoridad del Tlatoani, reuniéndose en él, tanto el poder ejecutivo, judicial y religioso.

El trabajo era comunitario, se llevaba a efecto las labores en forma colectiva, por ejemplo; el centro ceremonial, la educación, el almacenamiento de granos y semillas y otros productos, el trabajo se realizaba de acuerdo a ciertas aptitudes o destrezas individuales, así; los amatecas, trabajadores de pluma, los labradores, los comerciantes, los sacerdotes, los guerreros los funcionarios y empleados públicos, no labraban el campo.

Aunque propiamente no se dio un sistema mercantil como lo concebimos actualmente, dada su estructura de regulación del comercio, si existió una especie de cooperativismo de consumo, porque se levantaba un censo de la población existente, se allegaban de elementos para llevar a cabo el reparto de tierras, principalmente el calpulli entre los habitantes se distribuían los trabajos que cada miembro de la colectividad podía y debía emprender, se nombraban personas para que vigilaran las faenas para ese fin.

Los informes de los cronistas sobre la realidad socioeconómica de los aztecas hacen de estos un pueblo campesino en el que solo los

comerciantes y algunos artesanos, como los amatecas escapaban del cultivo de la tierra como ya se comento. La situación de las masas urbanas de Tenochtitlan-Tlatelolco aparece solo en referencias aisladas.

La dependencia de otros pueblos en su consumo especialmente en la alimentación, había sido ya sugerida, pero no atendida al menos quince años después de su fundación, se afirma que la población de este pueblo, cualquiera que haya sido su dimensión, realizaría otro tipo de actividades diferentes de las relacionadas con el cultivo de la tierra, por lo tanto la palabra macehualli es aplicado indistintamente a mercaderes, artesanos, agricultores y todos aquellos ciudadanos libres que no eran nobles.

En el mercado de la ciudad precolombina de México analizamos una de las instituciones más llamativas del imperio Azteca, el comercio practicado por especialista de tiempo completo que alcanzaron gran prestigio y eran llamados pochtecas. La existencia de un mercado diario donde se ponía a la venta toda clase de productos, permitiéndose la venta fuera de este de alimentos únicamente.

Ya se hablaba de que cerca de sesenta mil personas acudían al mercado a comprar una diversidad de artículos de primera necesidad religiosos, de adorno de consumo y otros.

En su “Historia Antigua de México”, Francisco Javier Clavijero, menciona que “El comercio de los mexicanos en la tierra de Anahuac comenzó desde su primer establecimiento en el Lago en que fundaron después su Ciudad. La proporción del poder que adquirirían con sus armas, se aumentaban y extendía su comercio y limitándose al principio a los contornos del lago propagándose después hasta las mas remotas provincias del imperio, sacando efectos de cada lugar para permutarlos en otro con ventajas”.

“El comercio no se hacia solamente por vía de permuta, como han publicado varios historiadores, sino también por rigurosa compra venta. Tenían cinco especies de moneda de precio a sus mercados” y era evidente

que se daban relaciones de consumo, con la consecuente existencia de conflictos que implicaba este tipo de actividad comercial.

Por otra parte, mientras que el tributo establece una circulación en un solo sentido, el comercio lo hace en dos direcciones, permitiendo de esta forma la existencia de especialistas de tiempo completo en todas partes. El comercio asumió distintas características que han sido puestas de relieve por los investigadores, así el ya mencionado cronista José Luis de Rojas, citando a Carrasco, señala, que este reconoce tres modalidades en los intercambios. mercantil de productos; los cambios en que intervenían ambos en los regatones de la comarca y el tráfico distante a cargo de los conocidos pochetacastomeca.

De igual forma nos habla de que esa dicotomía entre el comercio local entrando en el mercado y el comercio practicando por larga distancia, ha sido puesta de relieve en numerosas ocasiones. El desarrollo del comercio permitió el aumento de poder de las instituciones que lo dominaban. Las necesidades de las Ciudades eran pues satisfechas por medio de un mecanismo que se convirtió así en el soporte del urbanismo. Por otra parte, el poder político del comercio, fue necesario a fin de asegurar el abastecimiento de las ciudades, utilizando la distribución en los mercados, por tanto estos eran importantes para la distribución y consumo. (1)

(1) Clavijero, Francisco Javier. *“Historia antigua de México”*, Editorial Porrúa, México, 1978, Pág. 276.

### Actividad comercial.

De manera general puede afirmarse que las formas de comercialización entre los antiguos mexicas, estuvieron condicionados por la necesidad reciproca de satisfactores y realizadas por los mismos proveedores que se

ubicar dentro de la misma masa de la población era de hecho imposible la aparición de distribuidores ó intermediarios, ya que siendo su estructura económica prácticamente insuficiente para la creación de verdaderos excedentes de producción, como en otros pueblos, para que evolucionara el comercio y se diera una especie de mercantilismo, como lo concebimos, la finalidad del intercambio comercial, se reducía solo a nivelar la subsistencia familiar de la comunidad.

De esta manera, el pequeño fabricante o productor quedaba convertido al mismo tiempo en un pequeño vendedor o distribuidor, pero a la vez se convirtió por su necesidad en consumidor de artículos de primera necesidad dándose una relación natural de consumo.

Se cita nuevamente a Francisco Javier Clavijero, quien refiere que en los Tribunales y reglas en el comercio se establecía “que para evitar todo robo o fraude en el comercio, entre proveedor y consumidor, había ciertos encargados de ejecutar las sentencias ú orden en las prisiones, también hacían las veces de notificadores, pero principalmente vigilaban constantemente por el mercado, existiendo un Tribunal de Comercio que se ubicaba en una de las casas de las plazas, integrado por doce jueces el Tribunal de los doce, estos Juzgaban las diferencias precisamente entre comerciantes, entre estos y los compradores, respecto de las faltas y delitos que se cometían. (2)

(2) Clavijero, Francisco Javier. “*Historia antigua de México*”, Editorial Porrúa, México, 1978, Pág. 80.

En el México precolombino podemos encontrar unas ciertas normas jurídicas o reglas que se aplicaban a las actividades comerciales en los mercados o tianquiz, y que se pueden reducir a siete: Estas reglas se aplicaban internamente en el mercado, pero indudablemente algunas de

ellas fueron modificándose y aplicándose por la costumbre en otros pueblos de México.

- 1.- Existía un día especial de reunión para el tianquiz; era un día feriado o festivo.
- 2.- solo estaba permitido comerciar dentro de la zona misma del mercado, ya fuera de él las actividades comerciales les quedaban limitadas, sea por motivos de salud ó bien higiene.
- 3.- Todos los productos tenían lugar fijo para su venta de acuerdo a determinada clase de mercancía.
- 4.- La venta de la mercancía se llevaba de acuerdo con medidas, piezas o peso.
- 5.- En los mercados siempre había Tribunales encargados de dirimir las diferencias entre consumidores y proveedores también tenían funciones de aplicar la justicia en general dentro del tianquiz.
- 6.- En los mercados había un altar para un dios al que se acostumbraba ofrendarle siempre de todos los productos del tianquiz.
- 7.- Los precios de las mercancías o productos eran fijados por jefes de los mercados.

Menciona el historiador Francisco Javier Clavijero “Quien en el mercado alterara las medidas establecidas por los pochtecas (comerciantes), o los propios jueces, era reo de muerte, ahí mismo y sin demora alguna se le ejecutaba, por los topiles, quienes eran los encargados de vigilar los mercados y el Tribunal de los doce de dictar las Sentencias en las causas que les eran presentadas. (3)

## EPOCA COLONIAL

Alejandro de Humboldt, en su libro llamado ENSAYO POLITICO, hace referencia al comercio en La Nueva España en el año de 1520 y describe de

manera detallada e interesante el comercio de aquel tiempo por lo que se cita lo siguiente: “Tiene esta Ciudad muchas plazas donde hay continuos mercados, y trato de comprar y vender. Tiene otra plaza tan grande como dos veces la Ciudad de Salamanca, toda cercada de portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de 60 mil almas, comprando y vendiendo, donde hay todos géneros de mercaderías, que en todas las tierras se hallan, así de mantenimientos como de vituallas, joya de oro, y de plata, de plomo, de latón, de cobre de estaño, de piedras, de hueso, de conchas, de caracoles y de plumas: véndese tal piedra labrada y por labrar, adobes, ladrillos, madera labrada y por labrar, de diversas maneras. Hay calle de caza donde venden todos los linajes de aves, que hay en la tierra, así como gallinas, perdices, codornices, lavancos, dórales, zarcetas, tórtolas, palomas, pajarillos en cañuelas, papagayos, buharos, águilas, falcones, gavilanes y cernícalos, y de algunas aves de estas de rapiña venden los cueros con pluma, y cabeza, y picos, y uñas. Venden conejos, liebres, venados y perros pequeños, que crían para comer castrados. Hay calle de arbolarios, donde hay todas las raíces y yerbas medicinales, que en la tierra se hallan. Hay casas como de boticarios, donde se venden las medicinas hechas así potables, con unguentos y emplastos.

(3) Clavijero, Francisco Javier. *“Historia antigua de México”*, Editorial Porrúa, México, 1978, Pág. 81.

Hay casas como de barberos, donde lavan y rapan las cabezas (con navajas de obsidiana): hay casas donde dan de comer, y beber por precio. Hay hombres como los que llaman en castilla ganapanes, para traer cargas. Hay mucha leña, carbón, braseros de barro, y esteras de muchas maneras para cama, y otras más delgadas para asiento, y para esteras, salas, y cámaras; hay todas las maneras de verduras que se fallan, especialmente cebollas, puerros, ajos, mastuerzo, berros, barajas, acederas, y cardos, y

tagarnicas. Hay frutas de muchas maneras, en que hay cerezas y ciruelas que son semejables a las de España. Venden miel de abejas, y cera y miel de caña de maíz, que son tan melosas y dulces como las de azúcar, y miel de unas plantas, que llaman en las otras, y estas como maguey, que es muy mejor que arropo: y de estas plantas hacen azúcar y vino que así mismo venden. Hay a vender muchas maneras de filado de algodón de todos colores en sus madejitas que parecen propiamente alcaicería de granada en las sedas: aunque esto otro es en mucha más cantidad; venden colores para pintores, cuantos se pueden hallar en España, y de tan excelentes matices, cuanto pueden ser. Venden cueros de venado con pelo y sin el; tenidos, blancos y de diversos colores. Venden mucha loza en gran manera muy buena; venden muchas vasijas de tinajas grandes y pequeñas, jarras y ollas, ladrillos, y otras infinitas maneras de vasijas, todas de singular barro: todas o las más vidriadas y pintadas. Venden maíz en grano y en pan... finalmente en dichos mercados se venden todas cuantas cosas se hallan en toda la tierra.... cada genero de mercadería vende en su calle sin que entremetan otra mercadería ninguna y en esto tienen mucha orden, todo lo venden por cuenta y medida, excepto que hasta ahora no se ha visto vender cosa alguna por peso. Hay en esta gran plaza una muy buena casa como de audiencia donde están sentados diez o doce personas que son jueces, y libran todos los casos y cosas, que en el dicho mercado acaecen, y mandan castigar los delincuentes. Hay en dicha plaza otras personas que andan en continuo entre la gente, mirando lo que se vende, y las medidas con que miden lo que venden: y se ha visto quebrar alguna que estaba falsa”. (4)

El jurista Francisco Icaza, en sus apuntes de historia de Derecho Patrio, señala: “El Indio americano no podrá vender un bien valiosos sino es con la intervención de los oficiales reales, el cual era un miembro de la audiencia y que tenían como función el obtener el mejor precio para los indios en

caso de compra venta de un bien valiosos y en caso de que no se hubiera ese requisito la venta podría ser declarada nula”.

“Se creo por el Virrey de Almanza una nueva institución que fue propia de América con el objeto de controlar los precios de los artículos de primera necesidad y conforme a las ordenanzas del Ayuntamiento de México, que establecían que ningún comerciante podría vender su grano fuera de estas, sopena de multa, que recibieron el nombre de alhóndigas, es decir casa para deposito y venta de trigo y demás mercaderías”. (5)

De tal manera que en esta época las relaciones económicas estuvieron reglamentadas por las ordenanzas, esto es, legislación formada por verdaderas normas autónomas emitidas por el Ayuntamiento, referentes a cuestiones de policía y buen gobierno así como a ciertas reglas que como hemos visto se deberían sujetar los comerciantes y compradores desde luego a los precios de venta, a que deberían sujetarse los productores e intermediarios, como los introductores de carne en la Metrópoli, así como los gremios de artesanos.

(4)Alejandro de Humboldt. *“Ensayo Político “-LIBRO TERCERO- CAPITULO VIII, Pág. 111,112.*

(5)Icaza, Francisco *“Apuntes de historia de derecho Patrio”* Ed. Porrúa. S.A. México. 1989. Pág. 45.

No obstante el hombre de la nueva España, se conocía en forma practica la llamada ley de la oferta y la demanda no en la extensión como se ha puesto por las doctrinas económicas, ni de la moderna mercadotecnia, si conocía en cambio, el movimiento de los precios altos y bajos, dependiendo de la escasez de las mercancías o de la moneda; así pues la autoridad, comerciantes y consumidores se basaban en el equilibrio del precio justo, se estimaba tomando en consideración el esfuerzo y la necesidad del fabricante del productor, del agricultor, del ganadero, y por otro parte los derechos e intereses del propio pueblo consumidor, si se considera que este se encontraba protegido por el gobierno virreynal.

## EPOCA INDEPENDIENTE

En una interesante obra “Empresarios Coloniales; familias y negocios en la Ciudad de México durante los Borbones “ Jhon E. Kicaz, menciona que la Elite, lo mejor, lo escogido, en la época postcolonial, que se ubica entre 1750 a 1821, también se le denomina de las grandes familias para distinguirlo de otras familias respetables y acomodadas de la Ciudad que aún cuando también formaban lo mejor de la sociedad en forma amplia, no podía competir o establecer lasos matrimoniales, pero de cualquier manera, en sentido lato disfrutaban de la riqueza, de la diversidad de sus intereses e inversiones en las transacciones de su actividad comercial fijando precios y tarifas a los consumidores, ocupando los más altos cargos en la administración civil o eclesiástica, asegurándose por medio de alianzas matrimoniales para mantener esa jerarquía, social y económica a pesar de los diversos movimientos de ideas y conclusiones bélicas, teniendo u resabio hasta la dictadura porfirista, lo cual demuestra la influencia decisiva que tuvo en el comercio y en la actividad de consumo; en este punto nos referiremos de manera somera de las diferentes etapas de la historia de México para hacer notar como se ha desarrollado el consumo y los diferentes factores que inciden en el comercio, en lo político y en lo jurídico y comprender los antecedentes del Derecho de protección al consumo.

En el periodo que indicamos, las casas comerciales realizaban convenios comerciales a largo plazo, con los propietarios de las grandes haciendas porque México tenía que ser abastecido por los productos alimenticios básicos para el consumo de la metrópoli así como de las principales poblados de la Nueva España del México Independiente; así los

comerciantes mayoristas solo hallaban ala carne y el azúcar como lucrativo como para merecer su atención y control; por lo que los precios de esos alimentos básicos y de otros eran bajos; pero el costo del transporte de esos artículos era alto y el servicio era valioso por su volumen. Había muchos productos dispuestos a comercializar sus propios productos en la ciudad, aún cuando, los precios subían no había ninguna manera practica de monopolizar el mercado, por la mencionada elite Borbónica, o bien de la aristocracia restante de los peninsulares, por los que los escasos productores que trataban de ingresar activamente en la comercialización de productos; tendrían que elevar más el nivel de los precios con las consecuencias sobre los consumidores.

### EPOCA DE LA REFORMA

En los inicios de la Reforma y relacionado con el consumo las ideas cooperativistas se habían desarrollado desde hacia tiempo, impulsadas por un grupo de estudiantes socialistas con tendencias anarquistas, nos dice Rosendo Rojas Coria, en su libro “Tratado de cooperativismo Mexicano” “Francisco Zalacosta Santiago Villanueva y Hermenegildo Villavicencio, con la finalidad de crear sociedades de socorro mutuo y colonias agrícolas de inclinación socialista, lo que nos da una idea de la conciencia de organizarse colectivamente para adquirir productos de consumo, por ello también en el año de 1876 se convoco a un congreso llamado “congreso general obrero de la Republica Mexicana”; el cual propugno por la creación y el fomento del cooperativismo en México.

En este tiempo en las tiendas de abarrotes la cantidad predominante de los artículos alimenticios y de condimentos se complementaban con utensilios de cocina ropa artículos de costura y otros. Estos negocios abastecían

predominantemente al pueblo especialmente a los sectores más bajos de sus necesidades básicas y el gobierno Municipal regulaba ciertos términos de comercio, inclusive fijando en algunos de ellos los precios cada cuatro meses. También como en todo comercio de ciudad individuos empobrecidos que iban de puerta en puerta vendiendo mercancías de poco valor, además la mayoría trabajaba a crédito, cuando alguno de los principales comerciantes acortaban sus líneas de crédito, las consecuencias se reflejaban en la clase más baja y aún media. (6)

(6)Rojas Coria Rosendo "*Tratado del cooperativismo en México*". Editorial Fondo de Cultura Económica. México 1984. Paginas 69,70.

## BASES CONSTITUCIONALES

Es relevante Históricamente la Revolución Mexicana de 1910, pues esta aportó un nuevo enfoque en la función social y económica del estado Mexicano; la Constitución de 1917, fue la primera del siglo con características sociales en el mundo, sus aspiraciones aparecen integradas en su parte dogmática y estructural, principalmente por lo que hace al objeto de nuestro estudio en los artículos 27, 28, 73 fracción X y 131 principalmente.

En la ideología Constitucional del 1917, es fácil observar el inicio de una disciplina, la que es del derecho de protección al consumidor ó Derecho del consumo, por lo que al aflorar en el fenómeno social que se iniciaba, aún causó asombro y reservas, pero hay que enfocarnos a la concepción del

estado de Derecho para proteger a los débiles en el consumo, frente al abuso de las libertades económicas, que se concretizaban en las empresas, en la comercialización, en el incremento del consumo.

Ahora bien hemos visto que ya habían ciertas normas protectoras en diversos ordenamientos ciertamente con variables de matices según en la época en que se sucedieron, Código de Comercio, Código Civil, la ley de Monopolios, Registro Público Exterior, Ley Federal de Juegos y Sorteos, Código Sanitario, Reglamento de Perfumería y Artículos de Belleza, Ley Federal de Derechos de Autor, Ley Federal de Radio y Televisión; Código de Ética Publicitaria, Ley Federal de protección al Consumidor y otras Leyes y Reglamentos, Decretos y Acuerdos se fueron dando; pero la tradicional discrepancia y separación entre lo civil y lo mercantil fue insuficiente sobre todo en este caso y respecto de los actos jurídicos que quedan comprendidos en el Derecho de consumo, no olvidemos los postulados de la Constitución de 1917 de la ideología social y la nueva concepción en materia económica.

A manera de comentario histórico citamos la comparecencia en la Cámara de Diputados el 28 de Noviembre de 1975 del Lic. Campillo Sainz; la cual fue para explicar la iniciativa de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y quien menciona lo siguiente: “Esta Ley tiene raíz en los mismos preceptos y en el mismo espíritu contenido en nuestra Constitución de 1917 de los que ha emanado la legislación protectora de los trabajadores y de los campesinos. Se han regulado las relaciones entre los trabajadores y empresarios, entre los campesinos y los detentadores de la tierra y como evolución lógica de las instituciones ahora se regulan las relaciones entre proveedores y los consumidores que en su inmensa mayoría reclaman también protección y tutela”. (7)

Para algunas personas fue considerada la primera Ley Inconstitucional, sin embargo para otros se señaló que en virtud de que el Artículo 73 fracción X de la Constitución Federal, faculta al Congreso de la Unión para expedir Leyes sobre el comercio, consecuentemente las relaciones jurídicas entre comerciantes-proveedores- y consumidores para la adquisición o utilización de bienes o servicios destinados al uso propio tiene regularmente el carácter de mercantil.

Sin embargo con las reformas a la Constitución de los artículos 25 y 28, quedó reafirmada su Constitución Federal toda vez que el primer precepto, en su párrafo séptimo expresa.

“La Ley establecerá los mecanismos que faciliten en la organización y la expansión de la actividad económica del sector social; de los ejidos, organizaciones de trabajo cooperativas, comunidades, empresas que pertenecen mayoritariamente o exclusivamente a los trabajadores y en general de todas las formas de organizaciones sociales para la producción, distribución y consumo, de bienes y servicios sociales necesarios”.

(7)Icaza Francisco. *“Apuntes de Historia de Derecho Patrio”* Editorial Porrúa. S.A. México; 1989. Pagina 45.

Del artículo 28 en su párrafo segundo y tercero que a la letra dice:

“en consecuencia; la Ley castigara 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 compra entre si 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 publico en general o de alguna clase social “.

“Las Leyes fijaran bases para que señalen precios máximos de artículos, materiales 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 exageradas provoquen insuficiencia en el abasto así como el alza de precios. La Ley protege a los

consumidores y propone su organización para el mejor cuidado de sus intereses”.

La Constitución de 1857 estableció el libre e individualismo fiel reflejo de las doctrinas imperantes en la época de su promulgación procedentes del idealismo y pensamiento de Francia, pero tales doctrinas, para el individuo y sus derechos representa el objeto de las instituciones sociales que deberían respetarlos como elementos supraestatales.

En 1889, con el advenimiento del siglo XIX, México se caracterizó por la lucha entre dos fuerzas políticas: Los liberales y los conservadores, el primer grupo representaba los nuevos ideales del pueblo Mexicano y el segundo, defendía añejos intereses de la clase privilegiada, poseedora de la riqueza nacional.

Es conveniente señalar que la facultad de legislar en materia de comercio se confirió al Congreso Federal a consecuencia de la Reforma que hizo por la Ley del 14 de diciembre de 1883 a la fracción X del Artículo 73 de la Constitución de 1857, y en virtud de esa reforma se dio con carácter federal un nuevo Código de Comercio, que empezó a aplicar en 1884 y aun con imperfecciones que tenía demostraba notables avances.

En México se desenvuelve durante el siglo XIX en ese campo libre, en el que sobresale ese liberalismo filosófico que considera la libertad intelectual genuina, sin obstáculos que la menoscabe, el liberalismo económico, por otra parte que exalta precisamente la libertad económica fortalecida con el llamado libre juego de la Ley de la oferta y la demanda y el principio de la libre concurrencia, en tanto que el liberalismo político consagra la libertad política asegurada en las declaraciones de derechos de los ciudadanos bajo el régimen constitucional de estímulo y protección de intereses individual.

Los gobiernos de México de los años treinta hasta las dos últimas décadas de este siglo veinte, realizaron esfuerzos por defender al consumidor principalmente en los artículos de primera necesidad; en el gobierno del General Lázaro Cárdenas, con el objeto de bajar el precio de la harina dispuso la creación de un comité regulador del mercado del Trigo, cuyo alcance era muy limitado; poco después le sucedió el Comité Regulador del Mercado de subsistencias.

A partir de 1940, conmocionadas las relaciones económicas internacionales por los efectos de la segunda guerra, la administración pública perdió dinamismo y capacidad de respuesta, concentrándose generalmente en la

resolución de cuestiones concretas a corto plazo, haciendo frente a los problemas según se iban dando, se buscaba en fin, que el estado lograra atacar los cuellos de botella, empezando a amenazar con estrangular aquellos sectores o subsectores en los que la iniciativa privada intervenía sobre todo en equilibrar las condiciones del consumo que repercutía precisamente en los débiles del consumo.

En ese mismo año la escasez y carestía se sintió por todo el mundo como consecuencia de la guerra mundial para combatir y evitar la indebida alza de precios, se creó el Comité Consultivo de Artículos de Primera necesidad. Igualmente el Presidente Manuel Ávila Camacho, formó la Nacional Distribuidora y Reguladora Sociedad Anónima (NADISA); posteriormente surgieron la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana Sociedad Anónima. (CEIMSA).

En 1950, se aprobó la Ley de Atribuciones del Ejecutivo Federal en materia Económica, atribuciones relativas a la producción y distribución de Artículos alimenticios del consumo generalizado, su reglamento fue publicado en 1951.

El Presidente Gustavo Díaz Ordaz, convirtió a la Compañía Nacional de Subsistencia Popular, de una Sociedad Anónima, que era en un órgano directo de la Administración Pública, mediante el Decreto del 23 de marzo de 1965.

Encontramos igualmente que de 1950 a 1970, la postura de los diversos ordenamientos legales en sus normas contenidas protectoras de los consumidores a fin de equilibrar entre los que adquieren bienes y servicios y quienes los otorgan así en las relaciones laborales, familiares y de consumo.

En México es en el año de 1976, cuando se crea la primera LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, la cual tenía la idea fundamental de establecer un ordenamiento legal y un organismo que ejerciera las funciones protectoras de los consumidores en sus relaciones con los proveedores de bienes y servicios se hizo más necesaria, no fue un movimiento nacional sino Internacional.

Los más débiles del consumo: obreros, campesinos, jornaleros, empleados, la mayoría resintió el poder de los proveedores, pero a través de las organizaciones obreras principalmente, quienes manifestaron sus inquietudes, destacando el Comité Nacional de Protección del Salario (CONAPROS), el Congreso del Trabajo, las que con frecuencia se percataban las evidentes ventajas de los proveedores, resultando abusos falta de equidad, injusticias, prepotencia, intereses lesivos y fraudes además carecían los consumidores de orientación información desvirtuada, falta

de veracidad y publicidad engañosa, falta de acceso a los órganos administrativos y judiciales para representar sus reclamaciones.

Se redactó un informe que contenía las aspiraciones de los obreros en general de los adquirentes de bienes y servicios, que fue presentado al Congreso del Trabajo en el que se expresaba la necesidad de contar con una Ley protectora para el consumidor misma que recibió el respaldo de otras organizaciones como el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario, abriendo una trascendental expectativa para una verdadera justicia social en México.

Lo anterior en virtud de que era cada día más evidente la disparidad entre consumidores y proveedores prepotentes estos e inermes aquellos. Pues los proveedores estaban consientes de la ventaja que les proporcionaba su hegemonía económica, abusando sistemáticamente del consumidor, quien por su situación de individuo aislado, no podía presentar, ya no una defensa, ni siquiera un mínimo de resistencia, ya que el consumidor requiere de satisfactores que únicamente le puede proporcionar el proveedor, por lo que se ve obligado a aceptar con diversidad de imposiciones so pena de no obtener, así no existiendo en la práctica de contratación una equilibrada bilateralidad, pues la Ley común permitía por su conceptualización anacrónica, la renuncia de la mayoría y aun escasas y dispersas normas que de otra suerte tutelan sus derechos e intereses.

“El análisis de las quejas de consumidores que ha tramitado CONAMPROS, llevara al convencimiento de que es impostergable establecer métodos ágiles, acordes con el ritmo de vida contemporánea, que aseguren los consumidores, el goce de una verdadera protección jurídica. Por ello se hace necesario la creación de una Procuraduría Federal para la defensa del Consumidor”. (8)

En la iniciativa de la Ley federal de Protección al Consumidor, presentada al Congreso de la Unión el 24 de septiembre de 1974, se expuso que la finalidad era indispensable porque sus forma e instituciones son de mucha importancia para la afirmación del régimen democrático, pues implica un avance considerable en la evolución de nuestro derecho social que tiene raíz en el mandato del Constituyente de Querétaro, que es un deber de esta generación el velar porque las complejas relaciones sociales de nuestro tiempo se rijan efectivamente por los principios de Justicia que aseguren la realización de la libertad, siendo necesarios cambios profundos en los sistemas de intermediación de mercancías y servicios que tradicionalmente han venido aumentando las ganancias

legítimas de los productores y lesionando al patrimonio de las clases populares.

“Este proyecto se inspira en la filosofía de nuestra Constitución Federal que incorpora por primera vez el Constitucionalismo moderno, los derechos tutelares de los grupos sociales mayoritarios. De los artículos 27 y 174 de la Constitución Federal, deriven las Leyes reglamentarias que protegen a los sectores más débiles de la población o que imprimen a la propiedad privada las modalidades que dicta el interés público”. (9)

(8)KEYE J. “*Ley Federal del Consumidor comentada y concordada*” Editorial IEESA. México 1981, Pág. 21.

(9)Cámara de Diputados, Diario de debates, Iniciativa del Ejecutivo Federal. 26 de septiembre de 1975 Año III. N° 9. México 1975 Pág. 116.

Lo más trascendental de la iniciativa es: “Las disposiciones que esta nueva Ley eleva a la categoría de normas de derecho social buscando moderar la autonomía formal para salvaguardar la auténtica libertad y asegurar la realización de la Justicia frente al Derecho privado, que se fundó en el principio de igualdad entre las parte y supone que estas son siempre libres para contratar, pero el Derecho Social asume la existencia de desigualdades reales entre quienes contratan; reconoce que la libertad de contratación, cuando esas desigualdades existen no conducen a la justicia y por ello convierte a la relación entre particulares en un hecho social que afecta a los intereses colectivos y que ameritan la intervención activa y vigilante del Estado”. (10)

El Lic. Campillo Sainz, Secretario de Industria y Comercio, en su comparecencia en la Cámara de Diputados el 28 de Noviembre de 1975, con motivo de exponer el proyecto de la Ley Federal de Protección al Consumidor, dijo: “pretende regular aquellos aspectos que de manera importante y con mayor frecuencia afectan los intereses del consumidor. Se complementa, es verdad, con las disposiciones contenidas en ordenamientos tales como la Ley de Atribuciones del Ejecutivo Federal en materia Económica; el decreto del 3 de octubre de 1974, que regula la fijación de precios; El Código Sanitario y el propio Código Penal,

contempla instituciones ya reguladas por el Código Civil o por el Código de Comercio y las incorpora en un solo ordenamiento”.

Con gran visión, basado en dicho proyecto, el mismo funcionario agregó: “hay quienes consideran, sino hubiera bastado con modificar las disposiciones vigentes en lugar de expedir una nueva Ley, pero la respuesta es obvia. La Ley Federal de Protección al Consumidor esta regida por principios del Derecho Social que se apartaban a los derecho común, ya esto por si mismo, justificaría la expedición de un nuevo ordenamiento coherente y unitario se justifica por las razones que deba, el jurista Alfredo Rocco, al señalar la independencia del derecho mercantil respecto al derecho civil. Decía que un ordenamiento debe de ser independiente, cuando tenga a los mismos sujetos, cuando se dirija a las mismas personas.

(10) Cámara de Diputados, Diario de debates, Iniciativa del Ejecutivo Federal. 26 de septiembre de 1975 Año III. N° 9. México 1975 Pág. 117.

Cuando tenga el mismo espíritu y este inspirado en los mismos principios y cuando la jurisdicción sea idéntica. Pero en este caso, ahora, se están estableciendo instancias administrativas, sanciones y procedimientos de inspección que son privativos de la Ley Federal de Protección al Consumidor y que no se encuentran en las disposiciones del Derecho Privado”. (11)

El cinco de febrero de 1976, entro en vigor la primera Ley federal de Protección al Consumidor, iniciativa que fue aprobada en el último periodo ordinario de sesiones del Congreso de la Unión y promulgada el 22 de diciembre de 1975.

Dicho ordenamiento legal creo dos organismos de amplio alcance social; la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor. La primera fue creada con el carácter de organismo descentralizado de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio propio y con funciones de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora, mediante el ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley.

La Ley federal del consumidor en su evolución a través del tiempo de su vigencia a la actualidad naturalmente ha tenido modificaciones que han servido para adecuarla a las nuevas necesidades de las relaciones de consumo y sus implicaciones de derecho social a la protección.

Por lo que fue necesario que entre otras modificaciones para adecuarla a los fenómenos sociales, siendo la primera reforma por acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 2 de abril de 1976, el cual delego facultades a los delegados de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Además con la participación de la Ex-secretaria de Industria y Comercio, después Secretaria de Comercio y Fomento Industrial, delego también facultades a los delegados de Profeco, por acuerdo en ese mismo año para que intervinieran en la observancia de las bases de producción y servicio que se otorgan con determinadas garantías a fin de asegurar el cumplimiento y evitar practicas engañosas a los consumidores, conforme a los artículos 1º, 6º, fracción VI, 10 y 11 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

(11) Campillo Sainz José. "Ley Federal de Protección al Consumidor. Editorial Solidaridad, SCL. México 1976. Pagina 8.

El 26 de enero de 1977, por acuerdo del C. Procurador Federal del Consumidor, delego facultades en materia de Conciliación y Arbitraje, y por decreto de 7 de enero de 1982, regula el sistema de autofinanciamiento de ciertos bienes y servicios, expidiéndose el Reglamento del Artículo 29 Bis de la Ley Federal del Consumidor.

Entre las mas trascendentales reformas que repercutieron en las intenciones y facultades de la Profeco y de la SECOFI; así como del INCO (Instituto Nacional del Consumo), y otras dependencias auxiliares, que intervinieron en reafirmar la naturaleza social que regulan las relaciones entre consumidores y proveedores, fue la reforma del 7 de febrero de 1985, ya que dicha Ley, se le hacen modificaciones substanciales pues en la practica se encontraron ya que en dicha Ley, se le hacen modificaciones substanciales pues imprecisiones que se reflejaban en las facultades insuficientes para el cabal cumplimiento de la Ley por parte de la Institución.

Así en acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 9 de septiembre de 1985, se crearon las Dirección General de Arrendamiento Inmobiliario y la del Registro Publico de Contratos de Adhesión, con la finalidad de "..... Dotar a la Procuraduría de una estructura congruente con las nuevas facultades que se les han conferido y de reagrupar en una unidad administrativa diversos servicios de apoyo institucional".

El 4 de enero de 1989, en algunos artículos de la Ley confieren a Profeco la atribución y facultad de sancionar, y de recibir denuncias por violación de precios.

Así esencial fue el Acuerdo de 8 de febrero de 1989, publicado en esa fecha en el Diario Oficial de la Federación, pues crea la Subprocuraduría de Inspección y Vigilancia, encargada precisamente de inspeccionar y ratificar los precios de los artículos y servicios a que se refieren los artículos 14, 52, 66, 86, 88 y 90 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, dando competencia tanto a las delegaciones Metropolitanas como a las Delegaciones Federales cumpliendo el margen de acción para proteger a los consumidores.

El 6 de febrero de 1991, el reglamento de la Propia Ley establece las bases de organización y funcionamiento de Profeco; en consecuencia, fortalece los mecanismos de defensa de los derechos e intereses de la población consumidora.

Con la alineación y adscripción orgánica de las unidades administrativas de Profeco, desde el 7 de febrero de 1991 el acceso a los servicios es más fácil para la población y existe una mejor organización y distribución del trabajo.

El 24 de diciembre de 1992, un cambio sustancial en materia de protección a los consumidores fusiona el Inco y la Profeco para integrar funciones como el trámite y conciliación de quejas y denuncias, la emisión de resoluciones administrativas el registro de contratos de adhesión, la protección técnico-jurídica a los consumidores, la verificación y vigilancia de Normas Oficiales

Mexicanas, pesas y medidas, instructivos y garantías; la supervisión de precios oficialmente autorizados, establecidos o concertados, las acciones de grupo, las disposición de publicidad correctiva; la organización y capacitación de los consumidores y la educación para el consumo.

En 1994, la Ley Federal de Protección al Consumidor vuelve a ser objeto de ajustarse al adicionársele diversas disposiciones. Se reforma la Procuraduría y se dispone que las delegaciones cuenten con facultades amplias y suficientes para hacer expeditos los programas de trabajo desconcentrados.

### 1.3 ANTECEDENTES EN LATINOAMÉRICA

#### ARGENTINA

Entre estos destacan al igual que en Europa, Argentina ya que en este país el movimiento de protección al consumidor a decir del jurista Argentino Gabriel A. Stiglitz, encontró a la Argentina “sumida en un triste intervalo de la vigencia del Estado de Derecho”; por lo que tardo la actuación publica protectora de los derechos del consumidor, aun cuando se encuentran integrados en la dignidad de las personas pero también se dio a la luz de los acontecimientos el ejercicio básico de los consumidores, teniendo una etapa de organización de consumidores, como el de amas de casa.

Se establece que en el derecho positivo Argentino, al igual que en México y Venezuela, se carece de una Legislación orgánica sobre el derecho de protección al consumidor ya que en principio rigen normas comunes tanto en materia sustancial como procesal.

#### BRASIL

El programa preliminar de las directrices influyeron en el Código de Defensa del Consumidor de Brasil (Ley Federal número 8,078, del 11 de

septiembre de 1990), en cuyo artículo 6º, se reconocen como derechos básicos del consumidor los cuatro siguientes, en términos similares a los establecidos en el Programa preliminar y las Directrices:

El derecho a la protección de la salud y la seguridad (aunque también se agrega la protección a la vida, que lógicamente se encuentra implícita en la salud y la seguridad)

El derecho a la educación.

El derecho a la información.

El derecho a la prevención y reparación de los daños.

Aunque en el Código brasileño no se reconozca de manera expresa el derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores, sí se prevén manifestaciones específicas de ese derecho, al establecerse el derecho a la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos desleales, y contra cláusulas abusivas impuestas en el abastecimiento de productos y servicios, así como el derecho a la modificación de las cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a causa de hechos supervenientes que las hagan excesivamente onerosas.

En cambio, el Código brasileño agrega, como derecho básico, el derecho de los consumidores al acceso a los órganos jurisdiccionales y administrativos, con el objeto de prevenir o reparar los daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos o difusos, asegurando la protección jurídica, administrativa y técnica a los necesitados; así como la facilitación de la defensa de sus derechos, inclusive mediante la inversión de la carga de la prueba a su favor, cuando, a criterio del Juez, fuere verosímil la alegación o fuere suficiente, según las reglas ordinarias de la experiencia. También establece el derecho básico a la adecuada y eficaz prestación de los servicios públicos en general. (12)

COLOMBIA

En 1947, un decreto declara ilegal publicar propaganda en envoltorios, etiquetas, envases de alimentos y cosméticos, así como sanciona cualquier clase de anuncios escritos ú orales que induzcan a los consumidores que crean que esos son los únicos eficaces e infalibles, asimismo prohíbe cualquier propaganda que exagere las cualidades del producto respecto a su origen, fuente y método de preparación.

(12). José Ovalle Favela, "*Derechos del consumidor*" Pág. 17,18. segunda Edición. Cámara de Diputados. LVIII Legislatura Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2001.

## VENEZUELA

Se hace resaltar que a pesar que las disposiciones previstas en la constitución de 1891 y de la situación practica; que se presenta en el marco del consumo, que lo invade todo , el control del mercado, el de la libertad de fijar los precios y por el efecto de demostración por las motivaciones, porque no todo es honestidad en el campo de la divulgación de las virtudes de los productos de los proveedores, se retuvo la acción legislativa en este país, nos dice Néstor Colmenares, profesor de la Facultad de derecho de Córdoba, en su artículo "Régimen Jurídico de la Protección al Consumidores Venezuela", en la citada coedición de la UNAM, coordinada por el Maestro JORGE A SANCHEZ CORDERO, bajo el título "La protección del consumidor de nueva imagen"

#### 1.4 ANTECEDENTES EN EUROPA

La creación de una Europa más unida políticamente fuerte, no puede dejar de estimular el proceso de protección al consumidor y acelerar un programa de acción intensa y eficaz en ese sentido.

En 1947 se creó en Europa el Consejo Danés del Consumidor, primera organización privada de consumidores y a fines de los años cincuenta comenzaron a aparecer organizaciones similares en otros países de Europa occidental. Pero fue hasta fines de los años sesentas, el más importante de estos movimientos comenzó a ejercer alguna influencia sobre el mundo de los negocios y sobre el gobierno. Este desarrollo coincidió con el creciente interés por parte de los gobiernos europeos indudablemente tomando en cuenta el poderoso movimiento de Estados Unidos de Norte América, respecto a los asuntos de los consumidores. Para tratar de ayudar a los consumidores los gobiernos mantuvieron nuevas propuestas de Ley Instituyeron entes gubernamentales o delegaron las responsabilidades en el sector a diversos ministros”.

Obviamente, la evolución de esta acción difiere entre países con la consecuencia de que actualmente las organizaciones de consumidores y su toma de conciencia varían de manera notable.

Las asociaciones de consumidores más desarrolladas en Francia, Alemania y Gran Bretaña, que en otras partes tiene el objeto primordial de controlar la calidad de los productos, control de precios y reforzamiento del poder contractual del consumidor por tanto, persiguen fines específicos, a veces llegando a pactar con las empresas y en ocasiones estimulando los poderes públicos.

Las asociaciones de empresarios tienden a promover la intervención del legislador en un sector en que se quisieran proteger la autonomía y la libertad de la empresa; por lo que proponen acuerdos con los consumidores.

Las Constituciones más recientes de los Estados democráticos del mundo occidental han tomado en consideración a partir de la década de los setenta la problemática de la “defensa del consumidor”, para tutelar sus derechos, o bien para hacer más equitativas las relaciones Jurídicas originadas entre productores y receptores de bienes y servicios.

En 1973, el consejo de Europa sanciona la denominada Carta Europea de Protección a los consumidores y en 1975, la Comunidad Económica Europea da a conocer un programa preliminar para una política de protección e información de los consumidores, se contienen allí normas orientadas para los Estados asociados, con el propósito de coordinar las respectivas legislaciones en lo tendiente a la defensa de los consumidores.

Derecho a la seguridad.

Derecho a la protección de la salud.

Derecho a la tutela de los intereses económicos.

Derecho al resarcimiento de daños.

Derecho a la organización.

Derecho a la información, y

Derecho a la expresión, al asesoramiento, a la asistencia y a la representación.

El primero de abril del año de 1985 la Asamblea General de Naciones Unidas aprueba las directrices para la protección al consumidor, destinan a los Estados miembros y a las organizaciones que componen el sistema de Naciones Unidas, luego se establecen las normas directrices concretas para los gobiernos, que abarcan los siguientes temas:

Seguridad física: deben adoptarse o fomentarse medidas para garantizar que los productos sean inocuos en el uso al que se destinan o normalmente previsibles.

Las medidas deben alcanzar a fabricantes, proveedores, exportadores, importadores y minoristas a los que en general se denominan “distribuidores”

Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores. Se recomienda que las políticas de los gobiernos traten de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de los recursos económicos. En particular se deben alentar las acciones de consumidores para que vigilen practicas perjudiciales; dictar normas que especifiquen la responsabilidad de los fabricantes y prestadores de servicios; alentar la competencia ; proteger al consumidor de los abusos de los contratos

uniformes; impedir que en las contrataciones se omitan derechos fundamentales de los consumidores y que en materia crediticia se le impongan condiciones excesivas.

Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo. Dichas normas deben tener la publicidad apropiada y revisarse periódicamente para que ajusten a partes internacionales de aceptación general.

Sistema de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales, se procura que adopten o mantengan políticas de distribución de bienes esenciales sobre todo en zonas rurales.

Medidas que permitan a los consumidores obtener compensación. Se aconseja medidas legales y administrativas a fin de que los consumidores y en su caso las organizaciones competentes, puedan tener compensación mediante procedimientos rápidos económicos y asequibles.

Programas de educación e información. El objeto de tales programas deberá consistir en capacitar a los consumidores para que sepan discernir, puedan hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios y adquieran conciencia de sus derechos y obligaciones.

Medidas relativas a esferas concretas. Los países, sobre todo los que se encuentran en vías de desarrollo deberán dar prioridad a lo que es de interés esencial para el consumidor: alimento, agua, medicamento. (13)

(13) Mosset Iturraspe Jorge y Luis. Lorenzetti, Ricardo, "*Defensa del consumidor*" Ley 24,240. Primera Edición. Buenos Aires, Argentina. 1993.

## AUSTRIA

Es en la Ley de comercio de este país del año de 1923, que sufrió reformas en varias ocasiones, para otorgar facultades a la Federación Austriaca de cámaras de trabajo, a la Federación de la unión de comercio Austriaca, así como al colegio de los presidentes; de cámaras Austriacas de agricultura para presentar demandas por reparación por falsedad en perjuicio de los consumidores, al igual que para la prevención de fraudes contra ellos, siendo competentes para tales asuntos de los Tribunales con jurisdicción mercantil.

## ALEMANIA FEDERAL

Esta funciona desde el año de 1953, con sede en la Ciudad de Bonn, con la Asociación de consumidores, que acapara la actividad privada de la materia y ha creado por su parte a los fines del instituto del consumidor, coexisten además once centrales de consumidores, amén de agrupaciones regionales que abarcan todo el territorio nacional (con sede en Munich, Berlín, Hamburgo, Francfort y otras); además existen ciertas organizaciones, como las anteriores, submencionadas casi totalmente por el Estado, limitada a temas particulares, que atañen al interés colectivo, como la Asociación para la economía doméstica y la Unión para la protección a consumidores.

## BÉLGICA

En este país conforme a la Ley de prácticas comerciales de 1971, las asociaciones de consumidores tienen derecho de intervenir en juicios a

favor de sus asociados, pudiendo ser su intervención en apoyo del interés individual o del colectivo.

## ESPAÑA

Es a partir del año de 1963, donde se crea el tribunal de defensa de la competencia desleal, que es un órgano Judicial, ante el cual se puede acudir por el Ministerio de Comercio, el comisario general de abastecimiento, la Inspectoría de controversias comerciales, el ministerio de agricultura, así como el departamento de defensa de la competencia. Posteriormente en 1974, surge el Instituto Nacional del Consumidor y el Consejo Nacional para el Consumo y Comercio Internos. Dentro del campo del Derecho administrativo de España, el control de precios forma parte del Código de alimentos de 1967, el cual sanciona penalmente toda actividad que distorsione el precio de los productos alimenticios.

## FRANCIA

En Francia funcionan distintos órganos con diferentes grados de jerarquía como son los Ministerios de Economía y finanzas, así como el de agricultura.

Cabe advertir que la Jurisprudencia Francesa, realiza una labor creadora sobre la materia de protección al consumidor, por medio de la interpretación de ciertos Artículos del Código Napoleónico, fundado en el principio de la Autonomía de la voluntad que coloca al contratante más débil en grado de inferioridad frente al más fuerte, estableciéndose así en cuanto a los vicios ocultos en algunos fallos, la presunción de que el proveedor ya los conocía; además respecto a la responsabilidad extracontractual, no obstante que en dicho Código se exige la culpa del infractor, la Jurisprudencia reconoce la responsabilidad objetiva, principios

tomados también por la legislación Mexicana, primero en el Código Civil de 1928 y posteriormente en la primera Ley Federal de Protección al Consumidor, que entro en vigor el 5 de febrero de 1976.

## INGLATERRA

En 1887, se emitió una Ley por la que se consideraba como delito cualquier descripción comercial de mercancías que no fuera cierta, lo que toma vigencia en normas reguladoras de la publicidad en las actuales legislaciones protectoras del consumo. A partir de 1961, se emitieron por el Parlamento de ese país varias disposiciones legales, entre otras “La consumer protección act.”; que otorga facultades discrecionales a funcionarios administrativos para fijar reglas de seguridad de los artículos, sus componentes y refacciones.

Un año posterior se dicta la creación de un comité oficial en 1962, denominado “Molony comité”, que funciona para elaborar los textos que después son promulgados, como es el caso del “Hive Purchase Act”, de 1965 y algunas disposiciones que modifican la “Sale of Good Act”, en la llamada “Suply of Good Act”, disposiciones que coinciden con el Código de comercio uniforme, teniendo por tanto gran importancia la Jurisprudencia Inglesa para la protección al consumidor.

## PAÍSES NÓRDICOS

Conviene el análisis del conjunto de las estructuras que presentan en la materia los países nórdicos, en cuanto que reflejan una gran similitud, por sus respectivas experiencias que llevan la nota de un papel preponderante del Estado en la defensa del consumidor.

En la forma particular actúan sin embargo “La organización de consumidores” de Finlandia, fundada en 1965, con sede en Oslo; como Dinamarca constituida en 1947, por veintidós organizaciones relacionadas

con la problemática de los consumidores, con sede en Copenhague; además se creó en Europa “El Consejo Danés del consumo”, (forbrugereadt), que es la primera organización privada de consumidores.

La actividad oficial al respecto es bastante, así aparece por una parte, un ente propio a cada uno de los países nórdicos que han sido idénticamente instituidos en los demás, por ejemplo en Dinamarca “El consejo para la Economía Doméstica”, depende del Ministerio de Comercio, en Finlandia “El departamento de asuntos del Consumidor”, pertenece al “Ministerio de Comercio e Industria”.

## CAPITULO II

### LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO

## CAPITULO II

### LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO

## 2.1 NATURALEZA JURÍDICA

## 2.2 FUNCIONES

## 2.3 ESTRUCTURA

## 2.4 ATRIBUCIONES

### 2.1 NATURALEZA JURÍDICA

El artículo 20 de la Ley Federal de Protección del Consumidor, nos da la definición de la procuraduría Federal del Consumidor:

“Artículo. 20 la Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizados de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y esta encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores. Su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en esta ley, los reglamentos de esta y su estatuto.”

De la anterior definición encontramos que la Procuraduría Federal del Consumidor, es un organismo descentralizado de la administración pública Federal a mayor abundancia, la Ley Orgánica de la Administración Pública en su artículo 45 señala:

“Artículo 45. Son organismos descentralizados las entidades creadas por Ley o decreto, del Congreso de la Unión ó por Decreto del Ejecutivo Federal, con personalidad jurídica y patrimonio, cualquiera que sea la estructura legal que adopten.”

Así también la Ley Federal de Entidades Paraestatales en su artículo 14 dispone lo siguiente:

Artículo 14. Son organismos descentralizados las personas jurídicas creadas conforme a lo dispuesto por la Ley Orgánica de Administración Publica Federal, y cuyo objeto sea:

I. La realización de actividades correspondientes a las áreas estratégicas o prioritarias.

II. La prestación de servicios públicos ó.

III. La obtención ó aplicación de recursos para fines de asistencia social

La Procuraduría que pertenece al objeto de estudio en el presente trabajo se encuadra en el segundo supuesto en virtud de que presta un servicio público específico de carácter especializado. Por lo tanto la Procuraduría Federal del Consumidor es una entidad de la entidad Publica Paraestatal.

Por su naturaleza, la procuraduría responde en su estructura al esquema de los organismos descentralizados y justificando su existencia al realizar la función administrativa de carácter especializado que le fue encomendada para el eficaz desarrollo de sus actividades. (1)

“La descentralización encierra un importante significado en términos de autonomía técnica y orgánica siendo esta última un factor muy importante para hablar de una verdadera descentralización.....”

Esta circunstancia se encuentra reconocida por nuestro sistema jurídico para el caso de la Procuraduría Federal del Consumidor, la cual adquiere un estatuto especial de autonomía al encontrarse excluida de la observancia de la Ley Federal de Entidades Paraestatales, según lo dispuesto por el Artículo 3° de ese ordenamiento. (2)

El artículo 3° de la Ley Federal de Entidades Paraestatales, establece: “La Comisión Nacional de Derechos Humanos, La Procuraduría Agraria y la Procuraduría Federal del Consumidor, atendiendo a sus objetivos y a la naturaleza de sus funciones quedan excluidas de la observancia del presente ordenamiento.

(1)(Becerra Caletti, Adolfo, “*La protección de los consumidores*. Editorial ECA. México, 1993.)

(2)(Campa Cifrian Roberto; revista de Administración, Pública, “*Las nuevas Procuradurías*”. INAP. N°97 abril 1998, México, paginas 99 y 100.)

## 2.2 FUNCIONES

La Procuraduría lleva a cabo sus funciones de conformidad con un importante Marco Jurídico que deriva de los principios establecidos por el artículo 28 Constitucional, y que tiene por objeto garantizar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo, protegiendo los derechos del consumidor.

Por lo que a continuación se describe el Marco Jurídico de las funciones de la Procuraduría Federal del Consumidor:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:

Artículo 28. En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las 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 castigara severamente y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento, en una o pocas manos, de los artículos de consumo necesario y que tengan 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 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 fijaran 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 propiciara su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

No constituirá monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; petróleo y los demás hidrocarburos; petroquímica básica; minerales radiactivos y generación de energía nuclear; electricidad y las actividades que expresamente señalen las leyes que expida el Congreso de la Unión. La comunicación vía satélite y los ferrocarriles son áreas prioritarias para el desarrollo nacional en los términos del artículo 25 de esta Constitución; el Estado al ejercer en ellas su rectoría, protegerá la seguridad y la soberanía de la nación, y al otorgar concesiones o permisos, mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación de acuerdo con las leyes de la materia.

El Estado contara con los organismos y empresas que requieran para el eficaz manejo de las áreas estratégicas a su cargo y en las actividades de carácter prioritario donde, de acuerdo con las leyes, participe por si o con los sectores social y privado.

El Estado tendrá un Banco Central que será autónomo en el ejercicio de sus funciones en su administración. Su objetivo prioritario será procurar la estabilidad del poder adquisitivo de la moneda nacional, fortaleciendo con ello la rectoría del desarrollo nacional que corresponde al Estado. Ninguna autoridad podrá ordenar al Banco conceder financiamiento.

No constituyen monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva, a través del Banco Central en las áreas estratégicas de acuñación de moneda y emisión de billetes. El Banco Central, en los términos que establezcan las leyes y con la intervención que corresponda a las autoridades competentes, regulará los cambios, así como las intermediación y los servicios financieros, contando con las atribuciones de autoridad necesarias para llevar a cabo dicha regulación y proveer a su observancia. La conducción del banco estará a cargo de personas cuya designación será hecha por el Presidente de la República con la aprobación de la Cámara de Senadores o de la Comisión Permanente, en su caso; desempeñara su encargo por periodos cuya duración y escalonamiento provean al ejercicio autónomo de sus funciones; sólo podrán ser removidas por causa grave y no podrán tener ningún otro empleo, cargo o comisión, con excepción de aquellos en que actué en la representación del Banco y de los no renumerados en

asociaciones docentes, científicas, culturales o de beneficencia. Las personas encargadas de la conducción del Banco Central, podrán ser sujetos de juicio político conforme a lo dispuesto por el artículo 110 de esta Constitución.

No constituyen monopolios las asociaciones de trabajadores formadas para proteger sus propios intereses y las asociaciones o sociedades cooperativas de productores para que en defensa de sus intereses o del interés general, vendan directamente en los mercados extranjeros los productos nacionales o industriales que sean la principal fuente de riqueza de la región en que se produzcan o que no sean artículos de primera necesidad, siempre que dichas asociaciones estén bajo vigilancia o amparo del Gobierno Federal o de los Estados y previa autorización que al efecto se obtenga de las legislaturas respectivas en cada caso. Las mismas legislaturas, por sí o a propuesta del Ejecutivo, podrán derogar, cuando así lo exijan las necesidades públicas, las autorizaciones concedidas para la formación de las asociaciones de que se trata.

Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.

El Estado sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación, salvo las excepciones que las mismas prevengan. Las leyes fijaran las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los servicios y la utilización social de los bienes evitaren fenómenos de concentración que contraríen el interés público.

La sujeción de regimenes de servicio público se apegara a lo dispuesto por la Constitución y solo podrá llevarse a cabo mediante ley.

Se podrán otorgar subsidios a actividades prioritarias, cuando sean generales, de carácter temporal y no afecten sustancialmente las finanzas de la nación. El Estado vigilara su aplicación y evaluara los resultados de ésta.

#### LEYES:

Ley Federal del Consumidor.

Ley Federal sobre Metrología y Normalización (Diario Oficial de la Federación, 01 Julio de 1992).

Ley Federal de Procedimientos Administrativos.

Ley Federal de Transparencia y acceso a la información pública Gubernamental.

## REGLAMENTOS:

Reglamento de la ley sobre Metrología y Normalización (Diario Oficial de la Federación, 14 de enero 1999).

Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor (Diario Oficial de la Federación, 17 de mayo de 1994).

## ESTATUTOS:

Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor (Diario Oficial de la Federación, 23 de noviembre de 2004), con reformas del 19 de julio de 2005.

## ACUERDOS:

Acuerdo que establece las bases mínimas de información para la comercialización de los servicios educativos que prestan los particulares (Diario Oficial de la Federación, 10 de marzo de 1992).

Acuerdo que modifica el diverso por el cual se aprueban los formatos que deberán utilizarse para realizar trámites ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, al Centro de Metrología, el Consejo de recursos Minerales, el Fideicomiso de Fomento Minero y la procuraduría Federal del Consumidor. (Diario Oficial de la Federación, 27 de noviembre de 2000).

Acuerdo mediante el cual se dan a conocer los trámites que se eliminan del Registro Federal de Trámites y Servicios de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria. (Diario Oficial de la Federación, 28 de septiembre de 2001).

Acuerdo mediante el cual se modifican diversos tramites de la Procuraduría federal del Consumidor inscritos en el Registro Federal de Trámites y Servicios. (Diario Oficial de la Federación, 03 de abril de 2003).

Acuerdo por el que se comunica que todos los tramites, servicios y formatos que aplica la Procuraduría Federal del Consumidor, han quedado inscritos en el Registro Federal del Consumidor. (Diario Oficial de la Federación, 26 de junio de 2003).

Acuerdo por el cual se crea y establecen las reglas de Operación del Registro de Personas Acreditadas para realizar trámites ante la Procuraduría Federal del Consumidor. (Diario Oficial de la Federación, 03 de Julio de 2003).

Acuerdo por el que se establecen los criterios para la colocación de sellos de advertencia. (Diario Oficial de la Federación, 12 de agosto de 2004).

Acuerdo por el cual se dan a conocer los modelos de Contrato de Adhesión en materia inmobiliaria. (Diario Oficial de la Federación, 24 de noviembre de 2004).

Acuerdo por el que se actualizan los montos de las operaciones y multas previstas en la Ley Federal de Protección al Consumidor. (Diario Oficial de la Federación, 21 de diciembre de 2004).

Acuerdo que establece la circunscripción territorial de las delegaciones subdelegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor. (Diario Oficial de la Federación, 23 de diciembre de 2004).

Acuerdo por el que se delegan facultades a favor de los servidores públicos de la Procuraduría federal del Consumidor que se indican. (Diario Oficial de la Federación, 23 de diciembre de 2004).

Acuerdo por el que se suspenden las labores de la procuraduría federal del Consumidor respecto de las actividades y días que se indican por el año dos mil cinco. (Diario Oficial de la Federación, 25 de diciembre de 2004).

Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo del Consumo. (Diario Oficial de la Federación, 27 de abril de 2005).

Acuerdo por el cual se establecen las bases de organización del sistema institucional de evaluación de confianza y por el que se crean las unidades que se indican. (Diario Oficial de la Federación, 02 junio de 2005).

#### AVISOS:

Aviso mediante el cual se comunica al público en general que el Programa de Mejora Regulatoria 2005-2006 de la Procuraduría Federal del Consumidor se encuentra ya disponible en la página de Internet de la Comisión Federal de Mejora.

#### NORMAS OFICIALES MEXICANAS:

Las normas oficiales Mexicanas contienen la información, requisitos, especificaciones y metodología, que para su comercialización en el país, deben cumplir los productos o servicios a cuyos campos de acción se refieran. Son, en consecuencia, de aplicación nacional y obligatoria.

## NORMAS DE SEGURIDAD

Tienen por objetivo que los productos se integren y funcionen con materiales, procesos, sistemas y métodos que eviten riesgos a la salud, a la vida y al patrimonio de los consumidores.

## NORMAS DE EFICIENCIA

Su objetivo es el garantizar el uso y disfrute adecuado de los consumidores y propiciar la conservación de los sistemas ecológicos y de ahorro de elementos básicos para la vida.

## NORMAS DE PRÁCTICAS COMERCIALES, LINEAMIENTOS INFORMATIVOS Y REQUISITOS DE INFORMACIÓN (SERVICIOS).

Su objetivo es que los consumidores usen, gocen y disfruten de servicios solventes previniendo y evitando que sean objeto de prácticas abusivas, desleales o coercitivas.

## NORMAS DE INFORMACIÓN COMERCIAL.

Tienen por objetivo que en los productos se de a conocer a los consumidores las características, naturaleza, cantidades, advertencias y en general los elementos que le permitan mejores decisiones y le garantice sus uso goce y disfrute.

## NORMAS METROLÓGICAS

Su objetivo es que los instrumentos de medición a través de los cuales se determina el pago que tiene que hacer el consumidor, funcionen exactamente.

Normas de practicas comerciales en materia de promociones coleccionables y/o por medio de sorteos y concursos.

Normas de Emergencia

Normas de Servicios Turísticos

Normas de Contratos de adhesión voluntarios

Normas de Contratos de Adhesión obligatorios. (3)

La economía global del Mercado ha orillado a las autoridades en materia de protección al consumidor a modificar sus ideas sobre la obtención de mejores resultados a lo cual la Procuraduría Federal del Consumidor, ha dividido su funcionamiento en tres directrices, que son:

Preventivas, Conciliatorias, Correctivas.

## PREVENTIVAS

La prevención es uno de los atributos de mayor importancia que se pueden encontrar en cualquier tipo de situación, las correcciones posteriores casi nunca devuelven las cosas al Estado en que se encontraban. En las relaciones de consumo, el no prevenir tiene un costo muy alto para las partes que realizan la transacción como para el Estado mismo.

El objetivo de las estrategias preventivas habrá de alcanzarse en la medida en que se proporcionen los elementos necesarios a proveedores como consumidores, para que modifiquen sus hábitos de consumo y poco a poco los vayan orientando en un marco de legalidad.

“las tareas de carácter preventivo de Profeco se relaciona con la información educación para el consumo, orientación, capacitación, así como con la vigilancia de algunas disposiciones legales relacionadas con la publicidad, las garantías, las ventajas, las promociones, las ofertas y el registro de contratos de adhesión, con el objeto de proteger los derechos e intereses del consumidor. (4)

(3) [www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx).

(4) (Procuraduría Federal del Consumidor op.cit. Pág. 16)

Una clara idea novedosa de las facultades preventivas que realiza la Procuraduría Federal del Consumidor es el Registro Público de Contratos de adhesión “ por cuyo producto la Procuraduría Federal del Consumidor, dictamina y aprueba el clausulado de aquellos contratos que mediante formatos uniformes habrán de ser utilizados por el proveedor en sus operaciones con el público consumidor, los cuales deben inscribirse obligatoriamente en aquellos casos en que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, así lo disponga mediante la expedición de Norma Oficial Mexicana”.

Dentro del articulado de la Ley federal de Protección al Consumidor. “se encuentran normas procesales que delimitan su campo de aplicación y crean los órganos de actuación, fijándoles su competencia y la forma de su funcionamiento y normas sustantiva, con una serie de restricciones a la libertad contractual para garantizar la transparencia y la equidad en la contratación y así evitar que la parte débil y más numerosa constituida por los consumidores terminales queden a merced de la otra parte constituida por los proveedores habituales o periódicos” (5)

## CONCILIATORIAS

El resolver las controversias ante Instancias Judiciales, acarrea gastos para las partes que se someten y que en muchas ocasiones, como lo es en las relaciones de consumo, el consumidor no tiene la posibilidad de realizar esos gastos en la mayoría de ocasiones por lo que no acuden a dichos órganos jurisdiccionales, para hacer valer sus derechos, quedando en un total estado de indefensión, frente a los proveedores que no cumplen con lo ofrecido.

“La Ley Federal de Protección al Consumidor de 1976, introdujo por primera vez en nuestro país un novedoso mecanismo de conciliación entre las partes en conflicto, lo que constituyo un paso muy importante en nuestro derecho administrativo, hacia el esquema ágil de solución de controversias entre particulares, concretamente entre proveedores y consumidores, sin perder de vista que la actividad de Profeco esta encaminada a proteger a la parte más débil de la relación de consumo (6)

(5) Campa Cifrian Roberto. Op.cit. pagina 103.)

(6) (PFC: op.cit. Pág. 22,23).

La conciliación prevista en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Es un aliciente mas para que los consumidores sometan sus diferencias con los

proveedores con la seguridad de que dicha Ley fue creada para la protección del sujeto más débil en las relaciones de consumo, en virtud de que mientras el productor se encuentra habitualmente bien organizado jurídicamente, bien informado y es típicamente un “repeat placer”, ( en el sentido de que una controversia judicial no será para él un episodio aislado que lo encuentre desprovisto de información y experiencia), el consumidor , en cambio se haya aislado y es un litigante meramente ocasional, no habitual y naturalmente renuente a un enfrentamiento con un poder adverso. (7)

## CORRECTIVAS

En base al objetivo de la creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor la Procuraduría Federal del Consumidor, para salvaguardar los derechos de los consumidores y evitar que estos se vulneren y persistan esas conductas en los proveedores, se crea un mecanismo para sancionar tales conductas encaminando a evitar su propagación y reincidencia.

Por ello la Ley Federal de Protección al Consumidor, puede actuar contra los proveedores siempre que se presuma la existencia de conductas violatorias a la Ley, que conduzca a inspecciones o a cualquier otra opción por parte de la institución, constando todo lo anterior en una acta y con la posibilidad de requerir la comparecencia del presunto infractor, en un termino máximo de diez días hábiles para que presente las pruebas que corresponden para su adecuada defensa” (8)

Las sanciones económicas que puede imponer la Procuraduría Federal del Consumidor, por violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, van de dos mil quinientos días de salario mínimo vigente para el Distrito federal, clausura por quince días y en caso de reincidencia, hasta por treinta días, e inclusive ordenar el arresto administrativo del infractor hasta por treinta y seis horas.

(7) (Cappelletti, Mauro, “*Dimensiones de la Justicia en el Mundo contemporáneo*”. Editorial Porrúa. SA. México 1993. Pág. 123.)

(8) (Procuraduría Federal del Consumidor. Op. Cit, Pág. 25 y 26).

Además de la facultad sancionadora anteriormente referida la Procuraduría Federal del Consumidor, también puede utilizar medidas de apremio durante la secuela del procedimiento conciliatorio, como medidas disciplinarias aplicadas a

los proveedores, dichas medidas de apremio consisten en multa por el equivalente de una a doscientas veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal, con la posibilidad de imponer nuevas multas, por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo o en su caso solicitar el auxilio de la fuerza pública.

“adicionalmente y con el propósito de posibilitar la detención de probables responsables de conductas ilegales la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor se encuentra facultada para realizar, de oficio o a petición de parte visitas de verificación en lugares donde se administren, almacenen, transporten o distribuyan o expendan mercancías o productos a fin de constatar la debida observancia de la Ley, Norma Oficial mexicana y demás disposiciones aplicables”. (9)

(9) Campa Cifrian Roberto. Op.cit. Pág. 105.

En cuanto a la estructura de la Procuraduría Federal del Consumidor, el artículo 22 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, nos remite al Reglamento y al estatuto de la Procuraduría Federal del Consumidor, señalando:

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

Por lo que nos remitiremos, inicialmente al Reglamento de la procuraduría Federal del Consumidor, que en el artículo 4 de este, desglosa el organigrama de la Procuraduría federal del Consumidor:

Artículo 4 La procuraduría contara con las siguientes unidades administrativas:

I Oficina del procurador;

II Subprocuraduria de servicios;

III Subprocuraduria de verificación

IV Subprocuraduria Jurídica

V Coordinación General de Planeacion;

VI Coordinación General de Educación y Divulgación

VII Coordinación General de Administración

VIII Dirección General de Comunicación Social;

IX Dirección General de Delegaciones

X Dirección General de Quejas y Conciliación

XI Dirección General de Contratos de Adhesión, Registro y Autofinanciamiento;

XII Dirección General de procedimientos;

XIII Dirección General de Verificación y Vigilancia;

- XIV Dirección General de Verificación de Combustibles;
- XV Laboratorio Nacional de Protección del Consumidor;
- XVI Dirección General Jurídica Consultiva;
- XVII Dirección General de lo Contencioso y de recursos;
- XVIII Dirección General de Estudios sobre el Consumo;
- XIX Dirección General de Planeación y Evaluación;
- XX Dirección General de Difusión;
- XXI Dirección General de Educación y Organización de Consumidores;
- XXII Dirección General de Programación, Organización y presupuesto;
- XXIII Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales;
- XXIV Dirección General de Recursos Humanos;
- XXV Dirección General de Informática, y
- XXVI Delegaciones y Subdelegaciones.

Al frente de cada una de las referidas unidades administrativas existirá un titular, que será nombrado Subprocurador, Coordinador General, Director General, Delegado y Subdelegado, según corresponda y tendrá las facultades que determinen este Reglamento y el Estatuto Orgánico.

La procuraduría también contará con los Directores de área, Subdirectores, jefes de departamento, subjefes, jefes de oficina, jefes de sección jefes de mesa, conciliadores, secretarios arbitrales, abogados resolutores, dictaminadores, verificadores, ejecutores, notificadores, peritos, promotores, instructores, receptores de quejas y demás servidores públicos que determine el Procurador de acuerdo con las disposiciones presupuestales aplicables.

También en el artículo 3º del estatuto orgánico de la procuraduría Federal del Consumidor, establece lo siguiente:

Artículo 3.- Adscripción de las unidades administrativas. Para efectos de Planeación, coordinación, control, seguimiento y evaluación de acciones, las unidades administrativas a que se refiere el artículo 4 del reglamento se adscribirán al Procurador, a la Subprocuraduría o a la coordinación General respectiva, de conformidad con las fracciones siguientes:

I A la Subprocuraduría de Servicios estarán adscritas las Direcciones generales de Quejas y Conciliación; la de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento y la de Procedimientos;

II A la Subprocuraduría de Verificación estarán adscritas las Direcciones Generales de Verificación y Vigilancia, Verificación de Combustibles y el Laboratorio Nacional de protección al Consumidor;

III A la Subprocuraduría Jurídica estarán adscritas las Direcciones Generales Jurídicas Consultivas y de lo Contencioso y de Recursos;

IV A la Coordinación General de Planeación estarán adscritas las Direcciones Generales de Planeación y Evaluación y de Estudios sobre Consumo;

V A la Coordinación General de Educación y Divulgación estarán adscritas las Direcciones Generales de Difusión y de Educación y Organización de Consumidores;

VI A la Coordinación General de Administración estarán adscritas las Direcciones generales de Programación, Organización y Presupuesto; de Recursos Humanos; de Recursos Materiales y Servicios Generales y de Informática;

VII Las Direcciones Generales de Comunicación Social y de delegaciones estarán adscritas directamente al procurador,

VIII Las Delegaciones ejercerán sus funciones en forma desconcentrada y estarán adscritas directamente al Procurador quien se auxiliara para tal fin de la Dirección General de Delegaciones, y

IX Las Subdelegaciones estarán adscritas a las delegaciones correspondientes de conformidad con el artículo 14 del presente Estatuto.

El once de octubre del año dos mil uno se realizó una adición al estatuto orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, de fecha 24 de agosto de 1994, en la que se señalan específicamente cada una de las Delegaciones con las que cuenta la Procuraduría Federal del Consumidor, la cual en fecha 24 de agosto

de 1994 se abroga el estatuto orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor.

En el cual se indican las delegaciones en el artículo 14 del Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor:

Artículo 14.- Para el cumplimiento de sus atribuciones, la Procuraduría contara con las delegaciones, subdelegaciones y demás unidades que se requieran conforme a las necesidades del servicio, debiendo existir, al menos, una delegación por entidad federativa. Para su creación o supresión se entenderán criterios de densidad de población, actividad económica, ubicación geográfica, y recursos con que cuente la procuraduría, entre otros.

Los servidores públicos adscritos a las delegaciones, conforme a su competencia, podrán ejercer sus atribuciones en forma concurrente en la circunscripción territorial de las delegaciones circunvecinas, conforme a los lineamientos que mediante acuerdos expida el procurador y que publique en el Diario oficial de la Federación.

La denominación y sede de las delegaciones y subdelegaciones con que cuenta la procuraduría, son las siguientes:

I Estado: Aguascalientes.

Delegación Aguascalientes, con sede en la Ciudad de Aguascalientes.

II Estado: Baja California.

Delegación Baja California, con sede en la Ciudad de Tijuana, y  
Subdelegación Mexicali, con sede en la Ciudad de Mexicali.

III Estado de Baja California Sur.

Delegación Baja California Sur, con sede en la Ciudad de la Paz, y  
Subdelegación en Comondú, con sede en Ciudad Constitución.

IV Estado de Campeche.

Delegación Campeche, con sede en la Ciudad de Campeche y Subdelegación  
Carmen, con sede en Ciudad del Carmen.

V Estado: Coahuila.

Delegación Coahuila, con sede en la Ciudad de Saltillo, y Subdelegación  
Torreón, con sede en la Ciudad de Torreón.

VI Estado: Colima, con sede en la ciudad de Colima, y Subdelegación  
Manzanillo, con sede en la Ciudad de Manzanillo.

VII Estado: Chiapas:

Delegación Chiapas con sede en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

VIII Estado: Chihuahua.

Delegación Chihuahua, con sede en Ciudad Juárez y, Subdelegación Chihuahua

IX Estado: Durango.

Delegación Durango, con sede en la Ciudad de Victoria de Durango.

X Estado: Guanajuato, con sede en la Ciudad de León de los Aldama, y Subdelegación Irapuato, con sede en la Ciudad de Irapuato.

XI Estado: Guerrero.

Delegación Guerrero, con sede en la Ciudad de Acapulco de Juárez, y Subdelegación Iguala, con sede en la Ciudad de Iguala de la independencia.

XII Estado: Hidalgo.

Delegación Hidalgo, con sede en la Ciudad de Pachuca de Soto.

XIII Estado: Jalisco.

Delegación Jalisco con sede en la Ciudad de Guadalajara.

XIV Estado: Estado de México.

Delegación Toluca, con sede en la Ciudad de Toluca de Lerdo;  
Delegación Naucalpan, con sede en la Ciudad de Naucalpan de Juárez;  
Delegación Nezahualcoyotl, con sede en la Ciudad de Nezahualcoyotl;  
Delegación Tlalnepantla, con sede en la Ciudad de Tlalnepantla, y  
Subdelegación Ecatepec, con sede en la Ciudad de Ecatepec de Morelos.

XV Estado: Michoacán.

Delegación Michoacán, con sede en la Ciudad de Morelia.

XVI Estado: Morelos, con sede en la Ciudad de Cuernavaca.

XVII Estado de Nayarit, con sede en la Ciudad de Tepic.

XVIII Estado: Nuevo León, con sede en la Ciudad de Monterrey.

XIX Estado: Oaxaca.

Delegación Oaxaca, con sede en la Ciudad de Oaxaca de Juárez.

XX Estado: Puebla.

Delegación Puebla, con sede en la Ciudad de la Heroica Puebla de Zaragoza.

XXI Estado: Querétaro, con sede en la Ciudad de Santiago de Querétaro, y Subdelegación San Juan del Río, con sede en la Ciudad de San Juan del Río.

XXII Estado: Quintana Roo.

Delegación Quintana Roo, con sede en la Ciudad de Cancún, y Subdelegación Chetumal, con sede en la Ciudad de Chetumal.

XXIII Estado: San Luis Potosí.

Delegación San Luis Potosí, con sede en la Ciudad de San Luis Potosí.

XXIV Estado: Sinaloa.

Delegación Sinaloa, con sede en la Ciudad de Culiacán de Rosales, y

XXV Estado: Sonora.

Delegación Sonora, con sede en la Ciudad de Hermosillo, y Subdelegación Ciudad Obregón, con sede en la Ciudad de Obregón.

XXVI Estado: Tabasco.

Delegación Tabasco, con sede en la Ciudad de Villahermosa.

XXVII Estado: Tamaulipas.

Delegación Tamaulipas, con sede en Ciudad Victoria;

Subdelegación Reynosa, con sede en la Ciudad de Reynosa;

Subdelegación Tampico, con sede en la Ciudad de Tampico;

Subdelegación Matamoros, con sede en la Ciudad Heroica de Matamoros; y

Subdelegación Nuevo Laredo, con sede en la Ciudad de Nuevo Laredo.

XXVIII Estado: Tlaxcala.

Delegación Tlaxcala, con sede en la Ciudad de Tlaxcala de Xicotencatl.

XXIX Estado: Veracruz.

Delegación Veracruz, con sede en el territorio de cualquier de las Ciudades de Veracruz y Boca del Río;

Subdelegación Xalapa, con sede en la Ciudad de Xalapa Enríquez;

Subdelegación Coatzacoalcos, con sede en la Ciudad de Coatzacoalcos, y

Subdelegación Poza Rica, con sede en la Ciudad de Poza Rica de Hidalgo.

XXX Estado: Yucatán.

Delegación Yucatán, con sede en la Ciudad de Mérida.

XXXI Estado de Zacatecas, con sede en la Ciudad de Zacatecas.

Delegación en la Ciudad de Zacatecas.

XXXII Distrito Federal.

Delegación Norte, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Azcapotzalco y Gustavo A. Madero;

Delegación Sur, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Milpa Alta, Tlahuac, Tlalpan y Xochimilco;

Delegación Centro, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Benito Juárez, Coyoacan y Cuauhtémoc;

Delegación Poniente, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Álvaro Obregón, Cuajimalpa de Morelos, la Magdalena Contreras y Miguel Hidalgo, y

Delegación Oriente, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza.

## 2.4 ATRIBUCIONES.

La Procuraduría Federal del Consumidor, para el buen desempeño de sus funciones cuenta con atribuciones que la misma Ley Federal del Consumidor en sus artículos 24 y 26 le concede:

Artículo 24 La Procuraduría tiene las siguientes Atribuciones:

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

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

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

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

V Formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de las materias a que se refiere esta ley;

VI Orientar a la Industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores;

VII Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;

VIII Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en las materias a que se refiere esta ley y prestar asesoría a consumidores y proveedores;

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

IX-bis promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previstos por esta ley respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

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

XI Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones para logro de los objetivos de esta ley;

XII Celebrar convenios y acuerdos de colaboración con Autoridades Federales, entidades paraestatales en beneficio de los consumidores; así como de acuerdos interinstitucionales con otros países, de conformidad con las leyes respectivas;

XIII Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas establecidos o registrados por la autoridad competente y coordinarse con otras autoridades legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y a la vez evitar duplicación de funciones;

XIV Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta Ley, en el ámbito de su competencia, las de la Ley federal sobre Metrología Y Normalización, así como de las normas oficiales mexicanas y demás

disposiciones aplicables, y en su caso determinar los criterios para verificación de su cumplimiento;

XIV - bis Verificar que las pesas, medidas y los instrumentos de medición que se utilicen en transacciones comerciales industriales o de servicios sean adecuados y en su caso, realizar el ajuste de los instrumentos de medición en términos de lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

XV Registrar los contratos de adhesión que lo requiera, cuando cumplan con la normatividad aplicable, y organizar y llevar el registro Público de Contratos de adhesión;

XVI Procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores, y en su caso, emitir dictámenes en donde se cuantifiquen las obligaciones contractuales del proveedor conforme a los procedimientos establecidos en esta Ley;

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

XVIII Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría así como procurar mecanismos para su autogestión;

XIX Aplicar las sanciones y demás medidas establecidas en esta Ley, en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y demás ordenamientos aplicables;

XX Requerir a los proveedores o a las Autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionan los intereses de los consumidores y cuando lo considere pertinente publicar dicho requerimiento;

XXI Ordenar se informa a los consumidores sobre las acciones u omisiones de los proveedores que afecten sus intereses o derechos, así como la forma en que los proveedores los retribuirán o los compensarán, y;

XXII Las demás que le confieren esta Ley y otros ordenamientos.

Artículo 26 La Procuraduría tendrá legitimación procesal activa para ejercer ante los tribunales competentes acciones de grupo en representación de consumidores, para que dichos órganos, en su caso, dicten:

I sentencia que declare que una o varias personas han realizado una conducta que ha ocasionado daños o perjuicios a consumidores y, en consecuencia, proceda la reparación por la vía incidental a los interesados que acrediten su calidad de perjudicados. La indemnización de daños y perjuicios que en su caso corresponda no podrá ser inferior al veinte por ciento de los mismos, o

II Mandamiento para impedir, suspender o modificar la realización de conductas que ocasionen daños o perjuicios a consumidores o previsiblemente puedan ocasionarlos.

Las atribuciones que este artículo otorga a la Procuraduría se ejercitarán previo análisis de sus 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.

La Procuraduría estará exenta de presentar garantía alguna ante las autoridades judiciales competentes, para el ejercicio de las acciones señaladas en las fracciones I y II.

## CAPITULO III

### EL CONTRATO DE ADHESIÓN Y SU NATURALEZA JURÍDICA

## CAPITULO III

### EL CONTRATO DE ADHESIÓN Y SU NATURALEZA JURÍDICA

#### 3.1 CONCEPTO DE CONTRATO

#### 3.2 CONCEPTO DE CONTRATO DE ADHESIÓN Y SU NATURALEZA JURÍDICA

#### 3.3 EVOLUCION DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN EN EL DERECHO POSITIVO MÉXICANO

### 3.4 CONTRATOS DE ADHESIÓN EN EL DERECHO COMPARADO

#### 3.1 CONCEPTO DE CONTRATO.

El contrato ha sido concebido dentro del estudio de los actos jurídicos como el acuerdo de voluntades para crear y transmitir derechos y obligaciones; siendo una especie dentro del genero de los convenios en sentido amplio.

Por convenio entendemos el acuerdo de voluntades que crea y transmite modifica o extingue derechos y obligaciones; por lo tanto el convenio tiene dos funciones, una positiva que es la de crear o transmitir obligaciones y derechos y otra negativa que es la de modificar o extinguirlas.

Dentro de la terminología jurídica se ha hecho una distinción entre contrato y convenio en sentido estricto: Al contrato se le ha delegado la función positiva es decir, el acuerdo de voluntades para crear o transferir derechos y obligaciones.

Este convenio LATO SENSU, se divide en dos grandes grupos: CONVENIO ESTRICTO SENSU; que es el acuerdo de dos o más voluntades para modificar y extinguir derechos y obligaciones, EL CONTRATO, propiamente dicho.

Los romanistas Alemanes anteriores a Savigny, Heisse, Thimbaut, Mablensbrus y otros, bajo la influencia del Derecho Romano, reservaron el nombre de Contrato las convenciones creadoras de obligaciones y lo negaron a aquellas que tienen por objeto extinguirlos o modificarlos.

En Francia Domat; Pothier y posteriormente al Código Napoleónico, Taullier, Duraton, De molombe, Plinol, Baudy Lancatine Barde, sostienen lo mismo últimamente Eismen en la obra de Plainol y Ripert y Joserand se muestran partidarios del sostenimiento de esta distinción no tanto por precisión de lenguaje cuanto por razones técnicas. La capacidad de contratar dice Eximen en el sentido propio de la palabra, es decir, de hacer nacer de crédito o de asumir obligaciones, no es la misma que se requiere por la Ley para participar en una convención transmissiva de crédito, como la cesión ó extintiva de obligación como el pago o la remisión de deuda, los autores Aubry y Rau definen el Contrato como “el acuerdo de dos o mas personas sobre un objeto de interés jurídico. (1)

Los tratadistas Plainol y Ripert, definen a la convención como “El acuerdo de dos o más personas en cuanto a un objeto de interés Jurídico. Las convenciones pueden tener como finalidad; el crear, producir, modificar o extinguir obligaciones, sin embargo, la denominación de contrato se viene dando tradicionalmente a las creadoras de obligaciones. (2)

Para Messineo, el contrato significa “aquello que por si se presenta como una especie (La Principal), del negocio Jurídico Bilateral patrimonial; El contrato es definido por la Ley Italiana como “El acuerdo de dos o más partes para constituir, regular o disolver entre si una relación Jurídica, patrimonial. (3)

En el Código Civil vigente para el Distrito Federal se define al Convenio y al contrato, en el Libro Cuarto, De las Obligaciones, Primera Parte, De las Obligaciones en General Titulo Primero, Fuentes de las Obligaciones Capitulo I, Contratos:

Artículo 1792. Convenio es el acuerdo de dos a más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones.

Artículo 1793. Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos.

(1) Aubry y Rau. Citados por Plainol Marcel. "*Tratado Elemental de Derecho Civil*". S.A. México. 1982, Pág. 11.

(2) Borga Soriano Manuel. "*Teoría General de las Obligaciones*". Tomo I Editorial Porrúa S.A. México.1982, Pág 11.

(3)Messineo Francisco "*Manual Di Dirittio Civile o Comerciales*" V Dott A Guiffre Editorial Milano. 1946 Pág. 463.

Podemos observar a través de las definiciones que han dado los tratadistas dentro de la terminología jurídica que se ha hecho una separación entre contrato y convenio estricto sensu, el contrato asume una función positiva, es decir el acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones que tienen las partes al momento de contratar y el convenio en sentido estricto le corresponde la función negativa de modificar y extinguir esos derechos y obligaciones.

#### Elementos esenciales:

Para poder estudiar una institución jurídica como el contrato, es necesario atender los elementos que la integran, no solo aquellos que son indispensables para su existencia sino también los que hacen de ella una institución valida en derecho y que permite que esta haga su aparición en el mundo jurídico.

En el Código Civil vigente para el Distrito Federal se hace una clasificación de los elementos distinguiendo como esenciales al consentimiento y el Objeto posible, tal y como lo señala el Artículo 1794 del citado ordenamiento:

Articulo 1794. Para la existencia del contrato se requiere:

I Consentimiento.

II Objeto que pueda ser materia del contrato.

Y de validez que se encuentran citados en el articulo 1795 del Código Civil para el Distrito Federal.

Artículo 1795. El contrato puede ser invalidado:

- I. Por incapacidad legal de las partes o de una de ellas;
- II. Por vicios del consentimiento.
- III. Porque su objeto, o su motivo o fin sea ilícito; y
- IV. Porque el consentimiento no se haya manifestado en la forma en que la ley establece.

Hecha esta clasificación se puede afirmar que desde el punto de vista estrictamente jurídico, no se deben confundir los elementos esenciales, con los elementos de validez en el acto jurídico ó en el contrato; por tal razón asegura la clasificación que el Código Civil formula, explicando primero los elementos de existencia y después los elementos de validez.

El consentimiento.

Es el primer elemento esencial del contrato. La palabra consentimiento deriva del latín “CONSENSUS”, derivada a su vez del “CUM” (CON), y “SENTIRE” (SENTIR), significado el acuerdo de dos o más voluntades sobre una misma cuestión.

Littre define al consentimiento como una formalidad de opinión. En sentido general, el consentimiento es conformidad y en tal aceptación de la parte que se obliga. en sentido general, el conocimiento es conformidad y en tal aceptación ha llegado al Código Francés que habla “del consentimiento de la parte que se obliga.

En estricto sentido jurídico, las opiniones se han dividido acerca de lo que debe entenderse por consentimiento: para Salvat.h. Lafaire y Plainol, “el consentimiento es siempre un acto bilateral consistente en el acuerdo de las voluntades de las partes”, otros autores opinaban que el consentimiento es un hecho individual, siendo la conformidad de cada uno de los otorgantes.

Una tercera posición intermediaria entre las dos anteriores asigna a la palabra consentimiento un doble significado, en sentido etimológico es el acuerdo de voluntades entre las partes (CONSENSUS VOLUNTATUS). En sentido restringido designa la adhesión de cada parte a las condiciones del contrato. (4)

(4) Director Bernardo Lerner "*Enciclopedia Jurídica Ameba*" tomo IV, Editorial. Bibliografía Argentina, S.R.L Buenos Aires Argentina 1962. Páginas 54 y 55.

## Consentimiento y Contrato

El consentimiento es el elemento substancial del contrato y los elementos generales del contrato son:

- A) el consentimiento.
- B) La capacidad de los contratantes
- C) El objeto.
- D) La forma.

El consentimiento es el elemento volutivo y sobre el cual se asienta el contrato. En nuestra legislación como en la francesa, la concepción del contrato es subjetiva pues descansa en el hecho interior que se denomina acuerdo de voluntad más que en la forma exterior. La intención del individuo en el concepto clásico del contrato es suficiente para legarle sin que se le exija observar una cierta forma o utilizar ciertas formulas en los actos que realiza.

En el Derecho romano en sus inicios exigía solemnidad con el consentimiento tanto la pregunta como la respuesta de la *estipulatio* requerían formas rituales.

Este requisito se mitigo hasta llegar al principio hoy generalizado que el mero consentimiento puede ser valido para crear un contrato.

Formación del consentimiento, y formación del contrato.

La conformidad de las partes es insuficiente para constituir un contrato, si ellas no lo manifiestan recíprocamente, con el objeto de dar origen a una relación jurídica. El contrato es el resultado de un proceso formado por dos etapas: Una interna y otra externa.

### A) Etapa Interna.

Existen dos momentos: El primero de concordancia de lo que ambas partes quieren; el segundo es la decisión de hacer obligatorio este acuerdo, constituyendo un acto voluntivo, que importe la conclusión del contrato; los interesados finalizada esta parte del proceso están de acuerdo con el contrato proyectado.

### B) Etapa externa.

Al finalizar la etapa interna el contrato no concluye puesto que esta en estado de proyecto. Para darle fuerza obligatoria, es necesario un acto de voluntad que revele la adhesión de cada contratante al acto preparado. Cuando todas las adhesiones han sido reunidas y manifestadas en forma legal, el contrato existe y el vínculo del derecho se ha formalizado.

El objeto.

El objeto del contrato no es la cosa o el hecho. Estos son los objetos indirectos de la obligación, pero el contrato la crea o esta tiene por objeto la cosa o el hecho, la terminología jurídica por razones practicas y de economía en el lenguaje ha confundido principalmente en los Códigos el objeto de la obligación, con el objeto del contrato, de esta manera en el artículo 1824 del Código Civil Vigente para el Distrito Federal dice:

Articulo 1824. Son objeto de los Contratos:

I La cosa que el obligado debe de dar;

II El hecho que el obligado debe hacer o no hacer.

Desde el punto de vista doctrinario se distingue el objeto directo que es crear ó transmitir obligaciones de los contratos y el objeto indirecto que es la cosa o el hecho que así mismo son el objeto de la obligación que engendra el contrato. A su vez en la obligación el objeto directo es la conducta del deudor y el indirecto, la cosa o el hecho relacionados con dicha conducta.

Requisitos de validez.

La gran mayoría de los juristas están de acuerdo en afirmar que el derecho es un conjunto de normas. Con base en esta tesis es común encontrar la expresión “Validez”, referidas a estas normas que en conjunto logran el orden jurídico.

Se dice que cada una de las normas que pertenecen a un orden son validas. De esto se deduce que una norma valida no es norma alguna. Es la negación de carácter normativo de algo. En este tipo de afirmación se encuentra concentrado el conjunto de problemas sobre el derecho que se analizan cuando se usa la palabra “validez”.

La doctrina no presenta un estudio sistemático y unitario de la validez de los actos o negocios jurídicos sin en cambio se han ocupado pormenorizadamente la inexistencia y de la nulidad y ha elaborado respecto de esas formas, una teoría general de sólida construcción apoyada en una base lógica y congruente con sus postulados aunque por lo demás no presenta rasgos de adecuación con la practica.

Según la normatividad jurídica, la validez es la idoneidad del acto en el momento de su celebración, para producir los efectos jurídicos que de acuerdo las partes han propuesto al celebrarlo.

El objeto indirecto de los contratos, es la obligación que por el se constituye, pero como esta, a su vez, tiene por contenido de una prestación de dar o no hacer, ordinariamente, se llama objeto del contrato a las cosas o servicios que son materia, respectivamente de las obligaciones de dar o hacer, el artículo 1795 nos indica que los contratos pueden ser inválidos por:

Articulo 1795. El contrato puede ser invalidado:

- I Por incapacidad legal de las partes o de una de ellas;
- II Por vicios del consentimiento;
- III Porque su objeto, o su motivo o fin sea ilícito;
- IV Porque el consentimiento no se haya manifestado en la forma que la Ley establece.

I Por lo que respecta a la incapacidad se le puede considerar que es la ausencia de aptitud para ser sujeto de derechos y obligaciones, y para ejercerlos por si mismo. De esta manera la capacidad a su vez será incapacidad de goce y de ejercicio. La primera consistirá en la ineptitud de ejercicio, en la ineptitud del sujeto de poder actuar por si mismo en la vida Jurídica.

El punto fundamental del cual se puede desprender que una persona incapaz, consiste en la limitación psíquica del individuo para poder decidir por sí la conducta debida y conveniente.

En el Código Civil para el Distrito Federal en su artículo 1798, se señala:

Artículo 1798. Son hábiles para contratar todas las personas no exceptuadas por la Ley.

Al tener en cuenta estas circunstancias los incapaces pueden ejercitar sus derechos y contraer obligaciones por medio de sus representantes, así las Instituciones creadas por el Derecho para la representación, cuidado y protección de los incapaces son la patria potestad y la tutela.

En nuestro País para alcanzar la mayoría de edad, es necesario tener los dieciocho años. Por otro lado la privación de la inteligencia tiene que ser determinada por criterio médico.

El Código Francés, siguiendo a la mayor parte de los Romanistas trata los vicios error, dolo y violencia, como relativos al consentimiento de la misma manera que las instituciones de Justiniano, Vélez Sarfiel, siguiendo a Savigny y Freitas, se apartó de esta técnica creando en el Código Francés una sección especial con disposiciones generales referentes a los hechos y actos Jurídicos en que se tratan los vicios de la voluntad. Esta iniciativa de modificador fue adoptada como progreso metodológico por la legislación anterior.

El fundamento de la teoría sobre vicios del consentimiento, la generalidad de la doctrina lo fundamenta en la autonomía de la voluntad habiendo en el consentimiento viciado una voluntad insuficiente para hacer nacer el contrato.

Para Ripert, no es fundamental la teoría del vicio del consentimiento exclusivamente en su análisis psicológico como tiene la opinión precedente. Para él el fundamento principal es de orden moral, con el objeto de proteger al contratante víctima de un hecho culposo ó doloso. El origen de esta teoría deriva de los delitos pretorianos y ha recibido la influencia que el derecho canónico ha debido tener sobre el valor de la palabra dada.

Quienes pueden reclamar la nulidad del contrato:

El derecho de anular los contratos por vicios del consentimiento corresponde a la parte que lo hubiera sufrido y no por la parte ni el autor del

dolo, violencia, simulación o fraude, porque se trata de una nulidad establecida para proteger a esa persona y por consiguiente de carácter relativo aplicando el Código al principio general para esta clase de nulidad.

Podemos considerar a tres como los principales vicios del consentimiento a saber:

1. Error. La Ley, por o común, habla de error y no de ignorancia, toda vez que los jurisconsultos han adoptado al error respecto a las relaciones de derecho presentándose el error mas continuo que la ignorancia. El error puede ser de derecho o de hecho.

Nuestra Jurisprudencia ha establecido que no puede haber contrato sino coinciden las voluntades, elemento esencial del mismo. Si el contratante esta advertido que la voluntad declarada por a otra parte no es real, seria hacer prevalecer la mala fe sobre el simple error determinando el cumplimiento de la operación.

2. Dolo. El error se diferencia del dolo, en que este es un error deliberadamente provocado. Su concepto no es igual en todas situaciones Jurídicas, hablándose de dolo como elemento característico del delito, frente a la culpa que caracteriza al cuasidelito. Se habla de dolo cuando deliberadamente se deja de cumplir una obligación y hablándose de dolo como vicio de voluntad, cuando se procura obtener la ejecución de un acto mediante cualquier artificio astucia ó maquinación afirmando lo que es falso o disimulado lo verdadero, la omisión dolosa cuando el acto no se hubiera realizado sin la reticencia u ocultación dolosa. El código civil Vigente para el Distrito Federal indica en el Artículo 1816, el concepto de dolo en el citado ordenamiento:

Articulo 1816. El dolo o mala fe de una de las partes y el dolo que proviene de un tercero, sabiéndolo aquella, anulan el contrato si ha sido la causa determinante de este acto jurídico.

3. Violencia. El autor Rafael de Pina la define como: Acción física o moral lo suficiente eficaz para anularla capacidad de reacción de la persona sobre quien se ejerce. En el Código Civil para el Distrito Federal en el Artículo 1819 dice:

Articulo 1819. Hay violencia cuando se emplea fuerza física o amenazas que importen peligro de perder la vida, la honra, la libertad, la salud, o una parte considerable de los bienes del contratante, de su cónyuge, de sus ascendientes o descendientes, o de sus parientes colaterales dentro del segundo grado.

### 3.2 CONCEPTO DE CONTRATO DE ADHESION Y SU NATURALEZA JURIDICA.

#### CONCEPTO:

Contrato de adhesión o por adhesión aquel cuyas cláusulas, redactadas unilateralmente por una de las partes, no dejan a la otra más posibilidad que la de suscribirlas íntegramente, sin modificación alguna. (5)

De acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su artículo 85, indica que es para esta Ley un contrato de adhesión:

Artículo 85. Para los efectos de esta Ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato....

Dentro de esta clasificación entran todos aquellos contratos en los cuales el consentimiento de una de las partes constituye una simple aceptación de las condiciones impuestas por la otra. (6)

Por lo que se refiere a los contratos de adhesión celebrados por las instituciones bancarias, se aplica el Artículo 118 A de su Legislación.

(5) Rafael de Pina, "*Derecho Civil Mexicano*", Pág. 341.

(6) RIPERT, "*Les forces creatives du droit*", Pág. 271

La expresión contrato de adhesión fue empleada por primera vez por el jurista francés Raymond Saleilles en su libro *De la déclaration de volenté*, publicado en París en 1901, en donde lo caracterizó como el contrato en el que hay un predominio exclusivo de una sola parte, la cual obra como una voluntad unilateral que dicta su ley a una colectividad indeterminada y espera la adhesión de quienes acepten someterse al contrato. (7)

Para el autor Bernardo Pérez Fernández en su libro de *Contratos Civiles*, hace una clasificación de las características del contrato de adhesión, la cual se cita a continuación.

En la mayoría de los casos el contrato de adhesión tiene alguna de las siguientes características:

1. La oferta de contratar se hace normalmente a una colectividad.
2. Esta redactado por una de las partes.
3. Su reglamentación en la mayoría de los casos es compleja.
4. La situación del que ofrece contratar normalmente es la más poderosa.
5. Las cláusulas no se discuten, se aceptan o no.
6. Con frecuencia encubre un servicio privado de utilidad pública.
7. El adherente actúa bajo “presión”. Esta “presión” normalmente puede originar: renuncia de derechos; limitaciones a la responsabilidad del oferente; caducidad con términos muy cortos; obligaciones adicionales; falta de información; pactos comisorios; facultades para rescindir unilateralmente; pactos leoninos; cláusulas compromisorias o derogaciones a la competencia de la autoridad judicial, y otras.

En doctrina se ha discutido si en el contrato de adhesión hay o no acuerdo de voluntades y por lo tanto contrato, o simplemente se trata de un acto unilateral del adherente.

Por ejemplo, Saleilles considera que son actos unilaterales, toda vez que la única voluntad que cuenta es la del oferente, quien a su vez se obliga de antemano unilateralmente.

(7) José Ovalle Favella, *“Derechos del Consumidor”*, Pág. 47.

En general los tratadistas mexicanos están de acuerdo en que en esta figura jurídica existe un verdadero contrato, toda vez que se suprime la libertad de contratación más no la de contratar.

Dentro de esta última corriente se encuentra Ernesto Gutiérrez y González, quien sostiene que los contratos de adhesión son guiones administrativos que inclusive no se deben estudiar dentro de los cursos de derecho civil, sino dentro de los del derecho administrativo, pues en estos guiones administrativos hay tres sujetos: el Estado, la empresa y el particular usuario.

En sentido similar se expresa Néstor de Buen y Bejarano Sánchez.

Sin embargo de acuerdo con la Ley Federal de Protección del Consumidor, los contratos de adhesión se pueden celebrar por particulares o por el Estado. Para esta Ley es proveedor “la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios”.

Por su parte la Ley Federal de Protección del Consumidor en los artículos 86, 86-bis, 86-ter, 86-quater, 87, 87-bis, 87-ter, 89, 90, 90-bis, se exige la inscripción de los contratos de adhesión antes de ser utilizados, con el fin de vigilar que no contengan cláusulas que lesionen al consumidor por desproporcionadas, inequitativas y abusivas. (8)

## NATURALEZA JURIDICA

La figura que se clasifica generalmente como contrato por adhesión es entendida principalmente de dos maneras muy diferentes, pues mientras unos civilistas consideran que constituye un tipo contractual perfectamente bien definido, con caracteres propios, capaz de ser ubicado dentro de una subdivisión de los contratos al lado de las categorías clásicas, otros sostienen que el contrato por adhesión no es sino una forma particularizada de la formación de los contratos, es decir, que no es una figura autónoma de contrato.

(8) Bernardo Pérez del Castillo, “*Contratos Civiles*”, páginas 52, 53,54.

No se puede silenciar, sin embargo, que existen, además de esas explicaciones de la naturaleza del contrato de adhesión, otras, denominadas intermedias, que pretenden conciliarlas, sin haberlo conseguido.

El desequilibrio que desde luego existe, de tal modo que no es posible negarlo, entre las voluntades de las partes en el llamado contrato por adhesión, ha

dado lugar a un debate que continua y continuará por mucho tiempo en torno a su verdadera naturaleza, es decir, si se trata o no de un contrato.

Generalmente se admite que es un verdadero contrato, pero la opinión contraria, aunque no es la más extendida, tiene también en su favor defensores muy autorizados.

COLIN y CAPITANT, refiriéndose a los autores que niegan carácter contractual al contrato de adhesión, fundándose en que el contrato no puede existir allí donde no hay independencia respectiva de los contratantes y posibilidad para cada uno de ellos de discutir los términos de vínculo jurídico proyectado, sostiene que si de hecho semejante observación es acaso, fundada, de derecho es inexacta.

Entienden estos autores que los jurisconsultos persisten con razón en ver en los contratos de adhesión verdaderos contratos. El que se adhiere a las condiciones que se le proponen, en realidad es libre para no aceptarlas; puede rechazarlas en bloque y por consiguiente, cuando las acepta, da sin duda, su consentimiento, por lo que sería entrar en dificultades invencibles negar a tales operaciones el carácter contractual.

En opinión de JOSSERAND el contrato de adhesión es un verdadero contrato, escribiendo a este respecto que “la ley no exige en ninguna parte, que el acuerdo contractual vaya precedido de una libre discusión, de largos tratos; sobre todo, ningún texto exige que las dos partes tengan una intervención igual en la génesis del contrato; todo lo que se pide es que ambos interesados consientan, que exista acuerdo entre ellos al objeto de hacer nacer las obligaciones; poco importa que el terreno para el acuerdo haya sido o no preparado por uno de ellos, pues hemos de cuidarnos de confundir los tratos previos con el contrato. No estamos ya en el tiempo en que la estipulación romana reinaba soberanamente. Ni la igualdad económica, ni la igualdad verbal, son condiciones para la validez de los contratos, bastando para dicha validez la igualdad jurídica. La prueba la tenemos en la donación, que es de hecho obra exclusiva del donador, y cuyas condiciones no podría discutir el beneficiado, y que es, no obstante, un contrato según opinión unánime.

Los tratadistas franceses, por lo general, se inclinan a reconocer a esta figura jurídica la naturaleza de un contrato.

DEREUX, defensor destacado de esta tesis, entiende que por lo general ambas partes contratantes aceptan libremente y con pleno conocimiento las cláusulas esenciales, reconociendo, por lo que se refiere a las cláusulas accidentales que el adherente conoce o comprende mal el tenor de las mismas y

su verdadero alcance literal, estimándolas, por otra parte, como destinadas simplemente a precisar o a complementar las principales.

Realmente del concepto de DEREUX y aunque este autor no lo exprese así con la claridad que se podía exigir al respecto, se desprende que las verdaderas cláusulas son las esenciales, que son las únicas a las que el adherente queda obligado según lo expuesto, pudiendo ser las otras calificadas, no ya de accesorias sino superfluas.

### 3.3 EVOLUCION DE LOS CONTRATOS DE ADHESION EN EL DERECHO POSITIVO MEXICANO.

La primera Ley Federal de Protección al Consumidor de fecha 5 de febrero de 1976, en la cual por primera vez se establecen derechos para la población consumidora y se crea un organismo especializado en el consumo, y es en el artículo 4 de esta primera Ley, en donde se cita y define el contrato de adhesión, en el artículo 63 de la misma Ley, se indica a la Procuraduría como vigilante de los contratos de adhesión y en el artículo 64 de la Ley en cita se indican las

características que deberán tener los contratos de adhesión, por lo que se transcriben los mencionados artículos que a la letra dicen:

Artículo 4°- Para los efectos de esta Ley se entiende por contratos de adhesión aquellos cuyas cláusulas hayan sido aprobadas por alguna autoridad o redactadas unilateralmente por el proveedor, sin que la contraparte, para aceptarlo, pueda discutir su contenido.

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

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

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

Cuando los contratos en cuestión no requieran autorización o aprobación por parte de alguna dependencia del Ejecutivo Federal, la Procuraduría en representación del interés colectivo de los consumidores, gestionara en un plazo no mayor de 5 días a partir de que conozca el caso, ante él o los proveedores respectivos, la modificación de su clausulados para ajustarlo a la equidad en caso de no obtenerse en el término de 30 días, un resultado satisfactorio, la Procuraduría podrá:

- a).- Hacer del conocimiento del público para su debida advertencia, por sí o a través del Instituto Nacional del Consumidor, su opinión respecto al contrato de que se trate;
- b).- Demandar judicialmente la nulidad de las cláusulas en cuestión;
- c).- Elevar a la consideración del Ejecutivo Federal, las medidas conducentes para regular el contenido de los contratos a que este precepto se refiere.

Artículo 64.- Todo contrato de adhesión, así como aquellos que sean hechos en machotes o formularios o en serie mediante cualquier procedimiento, deberán ser escritos íntegramente en idioma español y con caracteres legibles a simple vista para una persona de visión normal. El consumidor podrá demandar la nulidad del contrato o de las cláusulas que contravengan esta disposición.

En esta primera Ley como podemos observar en el artículo 63 en su inciso b), en el que se indica como una posibilidad de la Procuraduría Federal del Consumidor

“ b) Demandar judicialmente la nulidad de las cláusulas en cuestión;”, también en los artículos 64 y 65 de la Ley indicada, en determinados supuestos faculta a los particulares para que pudieran ejercer la acción de nulidad del contrato de adhesión que no reúna los requisitos indicados en el artículo de referencia, evidenciando que en este tiempo se encontraban las controversias de los contratos de adhesión bajo la tutela de el derecho civil.

La Ley Federal de Protección al Consumidor del año 1988, evoluciona y aporta innovaciones respecto al contrato de adhesión, ya en esta Ley en el artículo 59, respecto a las atribuciones conferidas a la Procuraduría Federal del Consumidor, por lo que para mejor ilustración se cita el mencionado artículo:

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

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

El artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que se cita en el numeral anterior, se refiere a la obligación de la Procuraduría Federal del Consumidor de vigilar la legalidad de los contratos de adhesión, citando como la primera ley de 1976, el concepto y características del contrato de adhesión, así como se cita por primera vez que los contratos de adhesión deberán ser aprobados por la Procuraduría federal del Consumidor y es en esta Ley en la que se define el procedimiento para el registro de los contratos de adhesión y ciñe a los solicitantes a que una vez aprobados los contratos de adhesión por la Procuraduría Federal del Consumidor, sean inscritos en el Registro Público de Contratos de Adhesión aun los que no hayan sido aprobados por otras autoridades.

Artículo 63.- la Procuraduría Federal del Consumidor vigilara que los contratos de adhesión no contengan clausulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o les impongan obligaciones in equitativas.

Para los efectos de esta Ley se entienden por contratos de adhesión aquellos cuyas cláusulas fueron redactadas unilateralmente por el proveedor y la contraparte no tuvo oportunidad de discutirlos, así como los demás documentos elaborados por los proveedores para uso en las transacciones mercantiles y que rijan la prestación de servicio o la operación, aun cuando no contengan todas las cláusulas normales de un contrato.

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

Los términos de dichos contratos deberán ser dictaminados por la Procuraduría Federal del Consumidor dentro del mes siguiente al día en que se reciba la solicitud respectiva. De no admitirse el dictamen en dicho lapso se considerara no aprobado en el contrato de adhesión.

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

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

Cualquier modificación que se pretenda hacer a las estipulaciones de un contrato registrado será objeto de nueva aprobación y registro.

En el artículo 64 de la Ley Federal de Protección al Consumidor es reproducido íntegramente de la primera Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que también se contempla que las controversias respecto a los contratos de adhesión están sujetas al derecho civil; el cual se reproduce a continuación.

Artículo 64.- Todo contrato de adhesión, así como aquellos que sean hechos en machotes o formularios o en serie mediante cualquier procedimiento deberán ser escritos íntegramente en idioma español y con caracteres legibles a simple vista

para una persona de visión normal. El consumidor podrá demandar la nulidad del contrato o de las cláusulas que contravengan esta disposición.

La Ley Federal de Protección al Consumidor del año 1991, se transcriben íntegramente los artículos 59, 63 y 64 respecto al contrato de adhesión, por lo que para mejor ilustración se citan los mencionados artículos:

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

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

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

Para los efectos de esta Ley se entienden por contratos de adhesión aquellos cuyas cláusulas fueron redactadas unilateralmente por el proveedor y la contraparte no tuvo oportunidad de discutirlos, así como los demás documentos elaborados por los proveedores para uso en las transacciones mercantiles y que rijan la prestación de servicio o la operación, aun cuando no contengan todas las cláusulas normales de un contrato.

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

Los términos de dichos contratos deberán ser dictaminados por la Procuraduría Federal del Consumidor dentro del mes siguiente al día en que se reciba la solicitud respectiva. De no admitirse el dictamen en dicho lapso se considerara no aprobado en el contrato de adhesión.

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

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

Cualquier modificación que se pretenda hacer a las estipulaciones de un contrato registrado será objeto de nueva aprobación y registro.

Artículo 64.- Todo contrato de adhesión, así como aquellos que sean hechos en machotes o formularios o en serie mediante cualquier procedimiento deberán ser escritos íntegramente en idioma español y con caracteres legibles a simple vista para una persona de visión normal. El consumidor podrá demandar la nulidad del contrato o de las cláusulas que contravengan esta disposición.

La Ley Federal de Protección al Consumidor del año 1993, en su capítulo II De las Autoridades, en el artículo 19 fracción VII, indica la capacidad de expedir normas oficiales mexicanas y las señala, por lo que se transcribe el artículo y fracción indicados:

Artículo 19.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial estará facultada para expedir normas oficiales mexicana respecto:

VII. Los términos y condiciones a que deberán ajustarse los modelos de contratos de adhesión que requieran de inscripción en los términos de esta Ley.

El artículo 24 de la Ley de Protección al Consumidor se indican las atribuciones de la Procuraduría, y entre otras se indica en su fracción XV:

Artículo 24.- La Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

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

Artículo 85.- Para los efectos de esta ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Todo contrato de adhesión celebrado en territorio nacional, para su validez, deberá estar escrito en idioma español y sus caracteres legibles a simple vista. Además no podrá implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones in equitativas o abusivas, o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de esta ley.

Artículo 86.- La Secretaría, mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría cuando

impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones in equitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento.

Las normas podrán referirse a cualesquiera términos y condiciones, excepto precio.

Los contratos de adhesión sujetos a registro deberán contener una cláusula en la que determine que la procuraduría será competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos. Así mismo, deberán señalar el número de registro otorgado por la Procuraduría.

Artículo 86-bis. En los contratos de adhesión de prestación de servicios deben incluirse por escrito o por vía, electrónica los servicios adicionales, especiales, o conexos, que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico.

El proveedor sólo podrá prestar un servicio adicional o conexo no previsto en el contrato original si cuenta con el consentimiento expreso del consumidor, ya sea por escrito o por vía electrónica.

Artículo 86.ter. En los contratos de adhesión de prestación de servicios, el consumidor gozará de las siguientes prerrogativas:

I. Adquirir o no la prestación de servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico;

II. Contratar la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos con el proveedor que elija;

III. Dar por terminada la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico al momento que lo manifieste de manera expresa al proveedor, sin que ello implique que proceda la suspensión o la cancelación de la prestación del servicio básico. El consumidor sólo podrá hacer uso de esta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo pactado; y

IV. Las demás prerrogativas que señalen esta y otras leyes o reglamentos.

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubieren sido incluidas de manera expresa en el clausulado del contrato de adhesión de que se trate.

Artículo 86-quarter. Cualquier diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor y el utilizado en perjuicio de los consumidores, se tendrá por no puesta.

Artículo 87.- En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y esta se limitara a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro, Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán por aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitara en los términos antes señalados.

Artículo 87BIS. La procuraduría podrá publicar en el Diario Oficial de la Federación, el modelo de aquellos contratos que deban ser registrados de conformidad con el artículo 86 de esta ley, a fin de que los proveedores puedan utilizarlos. En tales casos, el proveedor únicamente dará aviso a la Procuraduría sobre la adopción del modelo de contrato para efectos de registro.

Artículo 87TER. Cuando el contrato de adhesión de un proveedor contenga variaciones respecto del modelo de contrato publicado por la Procuraduría a que se refiere el artículo anterior, el proveedor deberá solicitar su registro en los términos del procedimiento previsto en el artículo 87.

88.- Los interesados podrán inscribir voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión aunque no requieran registro previo, siempre y cuando la Procuraduría estime que sus efectos no lesionan el interés de los consumidores y que su texto se apega a lo dispuesto por esta ley.

89.- La Procuraduría, en la tramitación del registro de modelos de contratos de adhesión, podrá requerir al proveedor la aportación de información de carácter comercial necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, siempre y cuando no se trate de información confidencial o sea parte de secretos industriales o comerciales.

90.- No serán validas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

- I. Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;
- II. Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato.
- III. Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;
- IV. Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;
- V. Prescriban el incumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y
- VI. Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

90-BIS. Cuando con posterioridad a su registro se aprecie que un contrato contiene cláusulas que sean contrarias a esta ley o a las normas oficiales mexicanas, la Procuraduría, de oficio o a petición de cualquier persona interesada, procederá a la cancelación del registro correspondiente.

En tales casos, la procuraduría procederá conforme al procedimiento establecido en el artículo 123 de esta ley.

### 3.4 COMPARADO.

## CONTRATO DE ADHESION EN EL DERECHO

### DERECHO COMPARADO

#### ARGENTINA

El tema de los contratos de adhesión ha sido tratado exclusivamente en el campo de la doctrina, en donde no se ha logrado que el contrato de adhesión se considere como una figura especial dentro de la doctrina para todos los demás contratos. Algunos países han constituido legislación y Jurisprudencia siendo interesante el poder adentrarse un poco en estas Legislaturas.

Argentina. Argentina aplica a los Contratos de adhesión la misma disposición legal relativa a los actos jurídicos en general y a los contratos en particular, considerando que no tienen rasgos jurídicos especiales que los diferencien de los demás contratos.

La jurisprudencia de los Tribunales Argentinos, tampoco han formulado disposición alguna entre los contratos de adhesión y los demás contratos.

El Artículo 1197 del Código Civil Argentino, señala que las convenciones hechas en los contratos forman para las partes una regla a la cual deben someterse como a la “Ley misma” siendo aplicada por los jueces sin excepciones de ninguna especie, salvo cuando los contratos notoriamente son atentatorios al orden publico, a la moral o a las buenas costumbres. En estos casos la Jurisprudencia ha mitigado un poco e inclusive evitado en ciertos casos particulares la

aplicación de algunas cláusulas insertas con exclusivas intereses y provecho del contratante económicamente fuerte.

La misma obra señala como ejemplo de lo anterior que en materia de usura, los Tribunales han declarado que cuando los intereses pactados en un mutuo ó en algún otro contrato exceden de cierto limite, son atentatorios a la moral y a las buenas costumbres y en consecuencia pueden ser reducidos a una tasa adecuada y justa o sean declarados nulos.

Así mismo sostiene la Jurisprudencia Argentina de manera reiterada, que las cláusulas manuscritas tienen preeminencia en un contrato, sobre las cláusulas impresas. Esto encuentra su fundamento en la presunción que las cláusulas manuscritas de un contrato son el resultado de la libre discusión entre el oferente y aceptante, o al menos que este ultimo las ha tenido en cuenta al momento de celebrarse el contrato, mientras que las cláusulas impresas emanan por lo general, del oferente, teniendo en cuenta especialmente su propio interés y que no ha sido objeto de un debate especial entre las partes.

Lo anterior denota en cierta manera, la influencia de aquella parte de la doctrina, que considera al contrato de adhesión como un acto reglamentario y que se distinguen las cláusulas esenciales generalmente manuscritas que constituyen el núcleo del contrato ya que han sido discutidas libremente y que tienen fuerza de Ley para las partes, de las cláusulas accesorias que se encuentran generalmente impresas y que forman en si la parte reglamentaria del acto. A estas últimas cláusulas el Juez no debe de concederles valor si no responden a la intención común de los contratantes y a la buena fe.

Sin embargo el Código Argentino, ha sido reformado a iniciativa del Tratadista Héctor Lafalle con el objeto de que el aceptante pueda ser sorprendido en su buena fe, al adherirse a propuestas hechas en forma general al público y redactadas en exclusivo interés del oferente. Con los Artículos 805, que señalan; “En las ofertas al publico, cuando ellas contuvieran todas las cláusulas del contrato, podrá establecerse que no se dará curso a ninguna aceptación que modifique la propuesta.

Esta cláusula será nula cuando la oferta no hubiera sido totalmente formulada por escrito. La estipulación contenida en el presente articulo será juzgada implícita cuando se tratara de servicios públicos”, y el Artículo 806, que establece que; “Para los casos del Artículo precedente son de ningún valor las cláusulas ocultas o que se hicieran saber después de la aceptación”

Lo anterior tiene importancia en cuanto a que evita que en las ofertas se incluya posteriormente o por simple referencia, cláusulas desventajosas

para el aceptante y por esos se exige que la oferta esta totalmente formulada por escrito y que contenga todas las condiciones del convenio de manera que las cláusulas adicionales no tendrán ningún valor.

## FRANCIA

Al igual que en Argentina no hace distinción alguna entre el contrato de adhesión y los demás contratos, según los Juristas Plainol y Ripert, las decisiones Judiciales emitidas por los Tribunales Franceses salvo algunas excepciones aisladas se aferran a la idea de los convenios formados legalmente, surten el efecto de Ley entre las partes especialmente en lo que respecta a la manifestación de la adhesión, no exige en momento alguno condiciones en forma distinta a la del Derecho común.

La Corte de Casación ha sostenido que los Tribunales no pueden negarse a respaldar las cláusulas lícitas y precisas de un conocimiento de embarque de una póliza de seguro conocidas o posiblemente conocidas por el cargador y el asegurado. Incluso se ha llegado a decir que cuando un viajero ha recibido al tiempo del embarque, un billete o boletín impreso en que se restrinja directamente la responsabilidad del portador el armador o del capitán en cuanto los equipajes que haya que transportar o bien en la que se haga referencia a otro documento que sea posible conocer, la aceptación del billete o boletín en que contenga tales condiciones, implica por parte del viajero, la aceptación de todas y las cláusulas y más aun establece que no importa el tipo o tamaño de letra en que estén impresas.

Se puede apreciar claramente que además que la Jurisprudencia Francesa no establece ninguna distinción entre los contratos por adhesión y los demás contratos, desconociendo esta categoría especial, así como su denominación que se mantiene exclusivamente en el campo de la doctrina trata con excesivo rigor a los adherentes ya que resume que todas las condiciones del contrato eran conocidas por los mismos por el simple hecho que se haya mencionado su existencia en algún documento de los que desconoce definitivamente situaciones de hecho, como las necesidades de la contratación por parte del adherente y su falta de interés debido a lo anterior, por conocer todos los términos y condiciones de un contrato que de todas formas no se puede modificar.

Sin embargo los Tribunales de instancia Franceses han empleado recursos técnicos legales a fin de amparar en la medida de lo posible, a los contratantes cuya voluntad hayan tenido que plegarse a la del más fuerte. Algunos de los medios para lograr lo anterior son los siguientes.

- A) Se acudió a la teoría de los vicios del consentimiento, siempre que hubiera error o dolo por parte del adherente. La violencia no es aceptada como causa de nulidad, cuando resulte exclusivamente de las necesidades de carácter económico del adherente.
  
- B) Alguna cláusula de no responsabilidad del oferente, así como otras establecidas con el fin de destruir la realidad misma de las obligaciones, han sido anuladas por considerarlas contrarias al orden publico o por ser destructoras de la causa del contrato.
  
- C) Las cláusulas del contrato no pueden perjudicar al adherente que no las hubiere conocido o no las hubiere podido conocer al momento de la celebración del contrato, o que estuvieren en contradicción con otras que aparentemente representen mejor a la voluntad de las partes o una voluntad común posterior al contrato.

Como ejemplo de lo anterior es el reglamento fijado en los cuartos de los hoteles y cuyas clausulas limitan la responsabilidad del hotelero. En este caso el huésped no podía conocer las cláusulas al momento de registrarse en la recepción, estas no lo obligan en lo que lo perjudique: sin embargo, esto puede ser salvado por el hotelero fijando un ejemplar de dicho reglamento en la propia recepción, a la vista de todos los huéspedes.

Cabe señalar que la Jurisprudencia Francesa igual que la Argentina, ha sostenido generalmente que las cláusulas manuscritas prevalecen sobre las impresas cuando se oponen a ellas.

- D) En general los Tribunales interpretan los contratos de adhesión en favor de la parte que se obliga.

No obstante lo anterior los mencionados Tribunales no pueden desconocer la fuerza de la voluntad de las partes cuando estas hubieran sido

claramente expresa o cuando el adherente hubiera podido de una manera razonable, so pena de caer en la Corte de Casación.

## ITALIA

Originalmente el contrato no surge como una fuente genérica de obligaciones. El sistema contractual romano dentro de su desarrollo evolutivo que va del formalismo al consensualismo ve aparecer las figuras como el *contrato vervis*, que se perfecciona solo con el uso de determinadas frases verbales; los *contratos litteris*, que se perfeccionaba mediante la inscripción de un registro y entre otros el *contratore*, que se perfeccionaba mediante el consentimiento de las partes aunado a la entrega de la cosa material del contrato, por ejemplo mutuo, comodato.

“La concepción romana del contrato subsiste prácticamente inalterada hasta la aparición del liberalismo. Es en esta época que se le otorga un valor fundamental y especial a la figura de l contrato, pues incluso la existencia de la sociedad se quiere hacer depender de un pacto. Así como se estatituye al principio de la autonomía de la voluntad y el de casi una absoluta libertad de contratación. (1)

El Código Civil de Italia de 1942 es el único que contempla en sus disposiciones los peligros que pudieran llegar a originar los contratos de adhesión aunque no los reconoce con esta denominación y les haya puesto ciertos obstáculos.

El artículo 1341 del ordenamiento antes citado, señala: Artículo 1341.- “ Las condiciones generales del contrato, preestablecidas por uno de los contratantes son eficaces con relación al otro si al momento de concluirse el contrato este las hubiera conocido o hubiera debido conocerlas usando la diligencia ordinaria. En todo caso carecen de efecto si no fueran específicamente aprobadas por escrito las condiciones que establecieran a favor de quien las hubiera señalado limitaciones de responsabilidad, facultades para responder al compromiso o suspender su ejecución, lo mismo que si mencionaran a cargo de la otra parte caducidades, limitaciones a las facultades de oponer defensas, respecto a la libertad convencional respecto a terceros prorrogas tacitas o derogaciones a la competencia de la autoridad.(2).

(1) CFR. L. Sills. David. “Enciclopedia Internacional de la Ciencia Social”. Editorial Aguilar, Tomo IV Madrid 1977.

(2) Enciclopedia omeba op. Cit. Pagina 252.

A este respecto Messineo señala que por condiciones “preestablecidas”, debe entenderse que la determinación de ellos es obra exclusivamente de una de las partes, no importando si existiendo un documento contractual, las mismas son manuscritas, mecanografiadas o impresas. En caso que las cláusulas sean enunciadas verbalmente, debe entenderse que son preestablecidas cuando son resultado de la voluntad unilateral de una sola de las partes en lugar de ser el resultado de un libre debate entre ellas y preexistir la conclusión del contrato.

También señalan que debe tratarse de condiciones generales o sea que constituyan la trama del contrato debiéndose considerar excluidas de lo previsto por el mocionado artículo aquellas cláusulas especiales (por contraposición), y que son objeto de tratos entre las partes. En cuanto a estas últimas podrá hacerse valer los supuestos de vicios de consentimiento, o la lesión, cuando ocurran los presupuestos contenidos en ella, pero no lo establecido en el artículo 1341. (3)

La defensa en favor del contratante débil contenido en el referido artículo consiste en darle eficacia a aquellas cláusulas dispuestas por uno solo de los contratantes siempre y cuando el adherente las haya conocido al momento de la celebración del contrato o si las hubiera ignorado por culpa propia. En todo caso no se salvan de la nulidad aquellas cláusulas que no hayan podido ser conocidas por el adherente sino hasta después de la conclusión del contrato o que las haya ignorado, pero sin culpa propia.

Además el mismo artículo señala que las cláusulas que establecen en favor de quien las ha dispuesto, limitaciones de responsabilidad, facultades de rescisión o de suspensión del cumplimiento del contrato o que sancionan a cargo de la contraparte, caducidades, limitaciones de oponer defensas, restricciones a la libertad de contratar en las relaciones con terceros, prorrogas o renovaciones tacitas del contrato cláusulas compromisorias o derogaciones a la competencia de la autoridad judicial deben ser aprobadas específicamente por escrito o de lo contrario carecen de eficacia jurídica, con esto se pretende que el interesado llegue a conocer las referidas cláusulas y las acepte con el conocimiento de causa lo que implica que la introducción escondida de las mismas en el contrato queda frustrada, además constituye un medio de prueba en favor de quien la ha dispuesto que el adherente pudo haberlas conocido empleando la diligencia ordinaria ya que lo mínimo que deben hacer los adherentes es leer el contrato que van a firmar y enterarse de las condiciones establecidas.

(3) Messineo Francesco. Op. Cit. Pagina 484.

Esto también puede considerarse en el sentido que la Ley se conforma con una presunción de conocimiento, presunción que se vuelve certeza al ser aprobadas por escrito.

Se puede concluir además: que las cláusulas “especiales”, que mencionamos anteriormente son inválidas si son aprobadas unilateralmente.

Ahora bien el Artículo 1341 del Código Italiano, se ve complementado por el Artículo 1342, del mismo ordenamiento que se ocupa de aquellos casos en que para diferentes situaciones se utiliza un contrato tipo base y las mencionadas situaciones se especifican en anexos al mismo, pudiendo el contrato tener varios anexos de los cuales solo algunos o algún se aplican al caso concreto.

El artículo 1342 del Código Italiano establece: “En los contratos concluidos mediante la suscripción de módulos o formularios preestablecidos para disciplinar de un modo uniforme determinadas situaciones contractuales, las cláusulas anexas a modulo o formulario que no fueren compatibles con ellas aun cuando estas ultimas no hubieran sido canceladas se observa además la norma del segundo apartado del artículo precedente.

Lo anterior es además lógico ya que los contratos deben ser interpretados en su conjunto y no en base a disposiciones aisladas.

Se puede apreciar claramente que el Código Civil Italiano, solo se ocupa del conocimiento del contenido del contrato por parte del contratante débil pero no de la libertad de este ultimo de aceptar o no el esquema contractual dispuesto por el contratante fuerte; lo que según Messineo Francesco, esta bien hecho ya que para todas las especies de contratos esta prevista la acción de lesión, cuando una de las partes se ha aprovechado de la necesidad ó ignorancia de la otra y exista desproporción entre las prestaciones.

## CAPITULO IV

PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY  
FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

## CAPITULO IV

### PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

#### 4.1 ANÁLISIS DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

#### 4.2 MOTIVACIÓN PARA REFORMAR EL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

#### 4.1 PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

#### 4.1 ANALISIS DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

En la Ley Federal de Protección al consumidor es en el Artículo 87, en donde se indican los requisitos para el registro de contratos de adhesión que lo requieran, para lo cual se ilustra con la cita de mencionado artículo:

Artículo 87. En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitara a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de la presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haber emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran registro ante la Procuraduría, la cual se tramitara en los términos antes señalados.

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las Normas Oficiales Mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquellos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

A continuación se describe el procedimiento de registro de los Contratos de Adhesión.

Procedimiento para la aprobación y registro de un contrato de adhesión.

El artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor determina que los contratos de adhesión deben ser aprobados por la Procuraduría en representación del interés colectivo de los consumidores, siempre y cuando no requiera autorización o aprobación de alguna otra dependencia.

Los términos de estos contratos deberán ser dictaminados por la Procuraduría Federal de Consumidor en los treinta días siguientes contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud de registro.

El procedimiento que se sigue para la aprobación y registro de un contrato de adhesión ante la Dirección de Contratos de Adhesión, de la Procuraduría de Protección al Consumidor, se encuentran contenidas en tres pasos:

- 1.- Solicitud de registro.
- 2.- Dictamen.
- 3.- Aprobación.
- 4.- Prevención por incompetencia de la Procuraduría

#### Solicitud de aprobación

Es la que realizan los proveedores debiéndose hacer de la siguiente manera.

- a) Presentar un escrito dirigido al C. Director General de Contratos de Adhesión, especificando que presenta el o los contratos que pretende utilizar en original, en sus actos de comercio con el público consumidor para su estudio y en su caso aprobación, señalando en el mismo escrito el domicilio completo para recibir notificaciones.
- b) Tratándose de una persona moral el solicitante deberá acompañar copia certificada del testimonio notarial de su acta constitutiva, mediante el cual se acredite la personalidad del o de los representantes o apoderados de la misma.

- c) En el supuesto de que sean una persona física la que solicita el registro, deberá acreditar la titularidad de la negociación, mediante el Registro Federal de Contribuyentes.
- d) Presentar la documentación en la oficialía de partes de la Dirección General de Contratos de Adhesión, o bien en alguna delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor.

### Dictamen

Comprenden la opinión que emite la Procuraduría Federal del Consumidor, sobre el contrato ó contratos anexados en la solicitud y se realiza adecuando el contenido propuesto a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, o norma correspondiente, para evitar cláusulas lesivas al interés de los consumidores, por lo que se desarrolla de la siguiente manera:

- a) A la solicitud presentada por el proveedor, asigna numero de expediente de solicitud la autoridad le dicta un acuerdo de radicación, ordenando el análisis del contrato presentado y documentos que le acompañan.
- b) En el caso de que a la solicitud presentada le falte alguno de los documentos mencionados con anterioridad la autoridad manda oficios de requerimiento al solicitante, señalando los documentos que debe presentar, el día y la hora.
- c) De toda comparecencia de los proveedores, se levanta un acta en la presencia de un funcionario competente, haciéndose constar los documentos que se exhiban y que fueron requeridos; así mismo manifiestan lo que en derecho les corresponda.

- d) Del estudio y análisis realizado por la autoridad al proyecto de contrato de adhesión, se emite un dictamen en el que se señala en forma detallada todas y cada una de las cláusulas que deben ser modificadas por encontrarse en contraposición a lo preescrito por la Ley Federal de Protección del Consumidor.

Este dictamen se le notifica al solicitante a efecto de que haga las modificaciones señaladas al contrato estudiado o en su defecto manifieste lo que a su derecho corresponda respecto de las observaciones de la autoridad contenidas en el mismo.

- e) También se le hace saber al solicitante la forma en que se debe presentar el contrato ya modificado y adecuado a lo señalado por la autoridad, siendo de la forma siguiente:

- 1.- Mecanografiado en papel blanco tamaño oficio, por anverso y reverso.
- 2.- Anverso y reverso con margen izquierdo de 6 centímetros y margen derecho 1.5 centímetros, margen superior e inferior de 3 centímetros.

#### Aprobación y registro

Una vez que el proyecto del Contrato de adhesión se le hizo las modificaciones indicadas por la autoridad en su dictamen se realiza la aprobación y se ordena su registro en la forma siguiente:

- a) Se emite un acuerdo en el que se indica que después de haber sido analizado el Contrato de adhesión propuesto, en relación con los preceptos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se aprueba para uso exclusivo del solicitante y se ordena llevar a cabo su registro en los libros respectivos,

haciéndole del conocimiento al interesado en la forma que lo presente.

- b) Mediante oficio se le comunica al proveedor solicitante los datos registrables de su Contrato de Adhesión, como son el número, libro, volumen y fojas.

Y cuando exista una modificación a la Ley Federal de Protección al Consumidor, o en alguna de las normas oficiales el proveedor tendrá la obligación de hacer la solicitud de modificación de su contrato registrado.

A su vez se le aclara al proveedor que la autorización y registro de Contratos de Adhesión no limita en forma alguna el derecho que en todo momento puede ejecutar el consumidor para impugnar ante la Procuraduría Federal del Consumidor su texto o las condiciones que considere lesivas a sus intereses.

#### 4.2 MOTIVACION PARA REFORMAR EL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

Tomando en consideración que dentro de los fines de la Ley Federal de Protección al Consumidor esta el bienestar común de la población a través de la administración Pública Federal, que interviene para coordinar la actividad económica de los particulares a efecto de que no resulte desorbitante

dicha actividad protegiendo a quien se encuentra en desventaja por medio de organismos descentralizados de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio con funciones de autoridad administrativa, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor.

Una forma de intervención estatal en el consumo es la vigilancia en la redacción de los Contratos de Adhesión y de este contrato se puede decir que aun cuando existan diversas teorías expuestas por grandes tratadistas, tendientes a ubicar la naturaleza jurídica del citado Contrato de Adhesión para darle el concepto adecuado por las características que presenta, este se define como el contrato en el que las cláusulas son redactadas por una sola de las partes para que la otra las acepte o rechace sin que pueda modificarlas y tiene la naturaleza jurídica de un contrato porque si bien es cierto no existe la conexidad de voluntades al momento de la redacción del contenido esta si existe al momento de adherirse porque se tiene libertad para rechazar o aceptar el contenido y con la intervención de la Procuraduría Federal del Consumidor, la voluntad se tutela en estas circunstancias y se configura el Contrato de Adhesión.

En los artículos 25 párrafo 1º, 2º, 28 párrafos 2º y 3º, de la Constitución Federal, se justifica la intervención del Estado en la vida económica del país que día con día se ha ido incrementando razón por la cual surgió la necesidad de que el Estado interviniera para evitar el desenfreno surgiendo así la Ley Federal de Protección al Consumidor en el año de 1976.

La intervención de la Procuraduría Federal del Consumidor concretamente en la Dirección General de Contratos de Adhesión, en la redacción del contenido de los Contratos de Adhesión se evitara toda cláusula que implique una renuncia de

los consumidores a los beneficios que le otorga la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que ya no es idóneo considerar la renuncia de estos beneficios, aunque se encuentre implícita la voluntad del consumidor, ya que se contravendría el espíritu de la Ley Federal de Protección al Consumidor, pues el fin de esta es buscar la equidad entre los derechos e intereses de los proveedores y consumidores.

Es por lo que al tratar de ser equitativos en los derechos del proveedor y el consumidor, se encuentra motivada la reforma que se propone ya que se dará certeza al proveedor y consumidor al señalar en el artículo que el proveedor al realizar el trámite de registro del contrato de adhesión, ante la Procuraduría Federal del Consumidor estará establecido el momento a partir de cuando empieza a correr el término de treinta días que señala el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y así mismo se indicara que este término será de días hábiles.

#### 4.3 PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

En la actualidad en la Ley Federal de Protección al Consumidor tiene la deficiencia en el artículo 87, que como ya se ha señalado en el presente trabajo esta deficiencia contraviene la certeza jurídica de la Ley Federal de protección al consumidor y proveedor, ya que queda una laguna en cuanto al tiempo del momento a partir de cuando empieza a correr el término de treinta días que señala el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y no se indica que este término sea de días hábiles, por lo que se propone que sea modificado el artículo de referencia para quedar de la siguiente manera:

Artículo 87. En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitara a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días hábiles siguientes a la fecha de que sea recibida la solicitud de registro en el área de Contratos de Adhesión en la Procuraduría Federal del Consumidor. Transcurrido dicho plazo sin haber emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro con la fecha de recepción en el área de Contratos de adhesión. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran registro ante la Procuraduría, la cual se tramitara en los términos antes señalados.

## CONCLUSIONES.

PRIMERA.- En nuestra sociedad el consumo constituye el sustento de la producción, Por lo que existen derechos y obligaciones derivadas de las relaciones de consumo, en virtud de las cuales las normas jurídicas que integran nuestro derecho objetivo, deben garantizar la equidad en las relaciones de consumo.

SEGUNDA.- En la relaciones de consumo interactúan dos partes, una llamada proveedor que es la persona física o moral, que habitual o periódicamente ofrece distribuye, vende, arrienda concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios a otra persona física o moral denominada consumidor, quien disfruta como destinatario final los bienes, productos o servicios o en su caso es la persona que los utiliza o consume con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación comercialización o prestación de servicios a través de terceros.

TERCERA.- Los proveedores de un bien o servicio tienen obligación hacia los consumidores, los cuales tienen a su vez el derecho de que se les garantice la efectividad y cumplimiento del servicio que están adquiriendo, siendo en nuestro país la Ley Federal de Protección al Consumidor, la encargada de regular los derechos y obligaciones tanto de los consumidores como los proveedores.

CUARTA.- En el año de 1976, se crea en México la primera Ley Federal de Protección al Consumidor y al Instituto Nacional del Consumidor.

QUINTA.- La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, con funciones de autoridad administrativa y esta encargada de

promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores.

SEXTA.- A efecto de garantizar la equidad y seguridad jurídica entre los consumidores y proveedores, la Procuraduría Federal del Consumidor, tiene tres grandes funciones que son: las preventivas, que consiste en informar y educar para el consumo, en orientar y capacitar al consumidor, así como vigilar las disposiciones legales relacionadas con la publicidad, las garantías, las ventajas, las promociones, las ofertas y el registro de contratos de adhesión con el objeto de proteger los derechos e intereses del consumidor; las conciliatorias que tienen que ver con la resolución de controversias entre proveedores y consumidores; y las correctivas que consisten en mecanismos creados para sancionar conductas indebidas por parte de los proveedores encaminadas a evitar su propagación y reincidencia.

SEPTIMA.- El contrato de adhesión es el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato, sujetándose a lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y a lo establecido en las Normas Oficiales Mexicanas.

OCTAVA.- En el año de 1988 en una reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 63, se establece por primera vez que los contratos de adhesión deberán ser aprobados por la Procuraduría Federal del Consumidor, definiéndose el procedimiento para su registro ante la Dirección de Contratos de adhesión y establece que una vez

aprobados deben ser inscritos en el Registro Público de contratos de adhesión, siendo la Procuraduría Federal del Consumidor competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos.

NOVENA.- De lo anterior se advierte que en la Ley Federal de Protección al Consumidor, se exige a los proveedores la inscripción de los contratos de adhesión antes de ser utilizados, con el fin de vigilar que no contengan cláusulas que lesionen al consumidor por desproporcionadas o abusivas y en el caso de que un contrato de adhesión sea utilizado por un proveedor en perjuicio de un consumidor, este último puede acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor a efecto de exigir su cumplimiento.

DECIMA.- La Procuraduría Federal del Consumidor, para el debido cumplimiento de sus funciones cuenta con Delegaciones y Subdelegaciones que se encuentran a lo largo del territorio nacional.

DECIMA PRIMERA.- El procedimiento que se sigue para la aprobación y registro de un contrato de adhesión ante la Dirección de Contratos de Adhesión, de la Procuraduría de Protección al Consumidor, se lleva a cabo en tres pasos: presentando primero una solicitud de registro ante la Procuraduría Federal del Consumidor con los documentos y contrato que se pretende registrar, posteriormente se dictamina dicho contrato es decir se verifica que cumplan con la Norma Oficial Mexicana según el giro comercial, así como lo establecido en la propia Ley Federal de Protección al Consumidor, una vez hecho esto si reúne todos los requisitos se aprueba y se manda registrar, lo cual debe suceder en un periodo de treinta días.

DECIMA SEGUNDA.- En virtud de que la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su actual artículo 87, establece que los contratos de adhesión deben ser registrados en un periodo de treinta días sin especificar a partir de cuando empieza a correr dicho termino, ni si lo constituyen días hábiles, y por otro lado establece que si el proveedor no obtiene respuesta sobre la solicitud de registro de contrato de adhesión en el término de treinta días, se entenderá que el contrato presentado ha sido aprobado, es por lo que considero necesaria la reforma al artículo 87 de la Ley en cita, que se plantea en el presente trabajo de investigación, para que subsanen dichas lagunas y se evite con ello el registro de contratos in equitativos.

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

ACOSTA ROMERO MIGUEL. *TEORIA GENERAL DEL DERECHO ADMINISTRATIVO*. PRIMER CURSO, 12 EDICION, EDITORIAL PORRUA, S.A. MEXICO, 1995.

BECERRA CALETTI ADOLFO, *LA PROTECCION A LOS CONSUMIDORES*, EDITORIAL, ECA, MEXICO, 1993.

BECERRA CALETTI, *LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR EN MEXICO*, EDITORIAL, ECA, MEXICO, 1984.

BERNARDO PEREZ FERNADEZ, *CONTRATOS CIVILES*, EDITORIAL, BRICEÑO SIERRA HUMBERTO, *DERECHO PROCESAL X X*, PRIMERA EDICION, CARDENAS EDITOR Y DISTRIBUIDOR VOL IV, MEXICO 1962.

BUENAVENTURA, PELLISE PRAT. *NUEVA ENCICLOPEDIA JURIDICA*, EDITOR FRANCISCO SEIX TOMO IV.

DE PINA VARA RAFAEL.  
*DICCIONARIO DE DERECHO*.  
MEXICO, EDITORIAL: PORRUA, 1989.

FERRER ROGELIO CLEMENTE, *EL CONSUMIDOR Y LA PUBLICIDAD*, EDITORIAL, PORRUA, 1980.

GESSO CABRERA, ANA MARIA. *LA LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR, ENSAYO DE ANALISIS DEL DISCURSO Y CRITICA JURIDICA*. PRIMERA EDICION. COYOACAN, MEXICO 1997.

GONZALEZ PEREZ JESUS. *PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO FEDERAL*. SEGUNDA EDICION, EDITORIAL PORRUA 1997.

GUTIERREZ Y GONZALEZ ERNESTO. *DERECHO DE LAS OBLIGACIONES* QUINTA EDICION, EDITORIAL JOSE M. CAJICA JR. MEXICO 1974.

JIMENEZ MARIA DE LOS ANGELES, *PROTECCION AL CONSUMIDOR*, TOMO I, EDITORIAL JURIDICA 1990.

LARES ROMERO VICTOR HUGO, *EL DERECHO DE PROTECCION A LOS CONSUMIDORES EN MEXICO*, PRIMERA EDICION. MEXICO 1991.

MUÑOZ LUIS, *TEORIA GENERAL DEL CONTRATO*, CARDENAS EDITOR, MEXICO 1973.

OVALLE FAVELA JOSE, *DERECHOS DEL CONSUMIDOR*, SEGUNDA EDICION, CAMARA DE DIPUTADOS LVIII LEGISLACION, UNAM, 2001.

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, ACCION Y VISION DE LA PROFECO, *LA PROTECCION AL CONSUMIDOR COMO INSTRUMENTO ECONOMICO*, MEXICO 2002.

ROSSET ITURRASPE JORGE Y LUIS LORENZETTI RICARDO, *DEFENSA DEL CONSUMIDOR*, LEY 24.240 PRIMERA EDICION, BUENOS AIRES ARGENTINA, 1993.

SANCHEZ ORDERO DAVILA JORGE A, *LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR*, UNAM, PRIMERA EDICION, EDITORIAL NUEVA IMAGEN, MEXICO 1981.

SERRA ROJAS ANDRES, *DERECHO ADMINISTRATIVO*, DECIMA EDICION, EDITORIAL PORRUA, 1997.

STIGLITZ GABRIEL A, *PROTECCION JURIDICA DEL CONSUMIDOR*, SEGUNDA EDICION, EDITORIAL DESALMA, BUENOS AIRES ARGENTINA, 1990.

## L E G I S L A C I O N

CONSTITUCION FEDERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR