Los consumidores como ciudadanos

Derechos e instrumentos para el ejercicio de los derechos del consumidor en México

Los derechos humanos protegen las garantías básicas que tiene toda persona por el simple hecho de existir. Hay también derechos específicos que protegen a las personas en ámbitos particulares, como los derechos económicos, que buscan asegurar el respeto a una vida digna, con oportunidades de desarrollo para todos los seres humanos. Los derechos del consumidor forman parte de ese conjunto de garantías que buscan proteger a las personas en tanto partícipes de una actividad económica fundamental: el consumo de bienes y servicios.

El reconocimiento de las personas como sujetos de derechos vinculados al consumo de bienes y servicios está estrechamente relacionado con la creciente importancia que se le ha dado a realizar un consumo informado, seguro y de calidad, garantizando la libertad de elección, la no discriminación y la protección por parte del Estado ante posibles abusos. La existencia de derechos del consumidor y su ejercicio supone que las personas no sólo adquieren de forma pasiva bienes y servicios, sino que son ciudadanos con el poder de exigir el respeto a sus derechos como consumidores y capaces de consumir de forma inteligente.[1]

Desde esta perspectiva y en el marco del Día Mundial del Consumidor, instituido por la Organización de las Naciones Unidas en 1985, que se conmemora cada 15 de marzo, la Fundación Este País hace en esta entrega de Indicadores una revisión de los derechos del consumidor en México, el involucramiento activo de organizaciones ciudadanas en la defensa y protección de los derechos del consumidor en el país y los instrumentos institucionales a su alcance para hacerlos valer.

indicador_MARZO.indd 1 2/20/08 3:23:08 PM

Los derechos del consumidor: armas de protección ciudadana

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, proclamada por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, estableció un marco de legitimidad y reconocimiento internacional a los derechos y las libertades básicas de todo ser humano.

En la segunda mitad del siglo XX surgieron múltiples organizaciones sociales abocadas a la defensa de los derechos humanos, avanzando en la protección específica de las personas como sujetos de derechos en distintos ámbitos: el político (por ejemplo, el derecho al voto), el social (la libertad de expresión), el cultural (el respeto a la diversidad étnica) y el económico (los derechos del consumidor), presentándose una notable expansión en los derechos y las libertades humanas.

En 1985 la Organización de las Naciones Unidas estableció el 15 de marzo como Día Mundial del Consumidor, que cada año se dedica a una temática específica, e instauró los derechos del consumidor,[2] vinculados con la regulación de las relaciones entre proveedores y consumidores. Se busca así evitar la desinformación, las restricciones a la libre elección, el riesgo a la seguridad personal, la discriminación y la ausencia de protección por parte del Estado a los individuos en materia de consumo.

En 1985 la Organización de las Naciones Unidas instituyó el Día Mundial del Consumidor, que se celebra cada 15 de marzo

Los derechos básicos del consumidor en México

Derechos del consumidor garantizados por las leyes mexicanas

Derecho a la educación

Las personas tienen derecho a recibir educación en materia de consumo, conocer sus derechos como consumidores y los procedimientos legales para asegurar el cumplimiento de sus derechos

Derecho a la información

La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y toda la información de los bienes y servicios debe ser oportuna, completa, clara y veraz

Derecho a elegir

Nadie puede presionar al consumidor para adquirir un bien o servicio, ni condicionar la venta de bienes o servicios, o exigir pagos anticipados sin que se haya firmado un contrato

Derecho a la protección

Los consumidores tienen el derecho a acudir a las autoridades competentes en materia de consumo y exigir la aplicación de la ley, también pueden organizarse con otros consumidores para defender intereses comunes

Derecho a la seguridad y la calidad

Los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado deben cumplir con normas y disposiciones oficiales en materia de seguridad y calidad, incluir las advertencias necesarias y explicar el uso recomendado de los productos

Derecho a la compensación

Si los proveedores de bienes o servicios incumplen con lo que prometen ofrecer, el consumidor tiene derecho a ser compensado, ya sea con la devolución de su dinero, una reducción en el precio o la reparación sin costo del mismo

Derecho a no ser discriminado

Al adquirir un producto o servicio no se puede negar, discriminar o tratar mal al consumidor por motivos de sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad, orientación sexual o por tener alguna discapacidad

Fuente: Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), *Derechos del consumidor*, 2008, www.profeco.gob.mx

indicador_MARZO.indd 2 2/20/08 3:23:09 PM

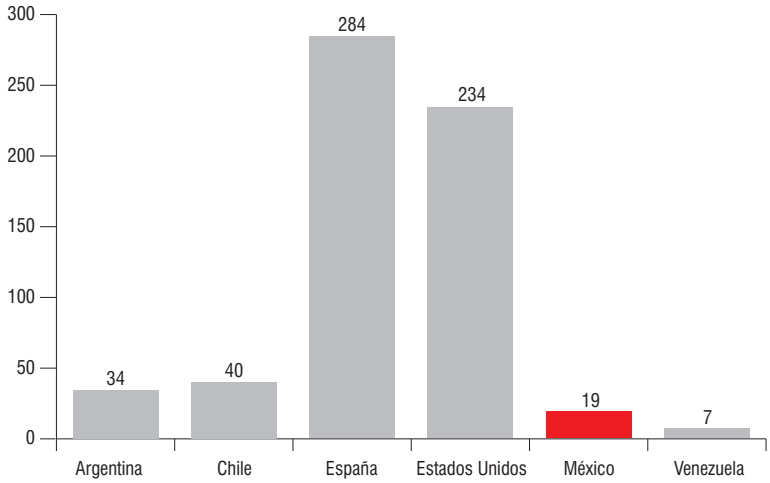
La sociedad civil, actor clave para ejercer los derechos del consumidor

En toda transacción comercial el poder de compra lo tiene, en última instancia, el consumidor, que es quien decide qué, cómo y cuándo comprar. A nivel mundial existen organizaciones de la sociedad civil dedicadas a fortalecer ese poder por medio de la defensa de los derechos de los consumidores.[3] En México la acción colectiva en defensa del consumidor parece ser aún incipiente.

En España, por ejemplo, según datos del Instituto Nacional de Consumo, en 2007 había 284 organizaciones sociales dedicadas a la defensa del consumidor. En Argentina, conforme a cifras del Ministerio de Economía, existen 34 organizaciones sociales dedicadas a la defensa de los consumidores, con 120 filiales en todo el país. Por su parte, en Estados Unidos existen 234 organizaciones afiliadas a la *Consumer Federation of America*.

En México, de acuerdo con información de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), sólo existen 19 organizaciones sociales que participan en la defensa de los derechos del consumidor. De éstas, algunas se concentran por completo en la defensa de los consumidores, en tanto que otras tienen por objeto la defensa de los derechos humanos y, en ese marco, realizan acitividades a favor de los derechos del consumidor. Este último tipo de organizaciones son llamadas consumeristas.[4]

Número de organizaciones de la sociedad civil que realizan actividades de defensa del consumidor, países seleccionados, 2007



Nota: En Argentina las 34 organizaciones civiles que realizan actividades de defensa del consumidor cuentan con 120 filiales en todo el país.
Fuente: Subsecretaría de Defensa del Consumidor, *Ministerio de Economía y Producción de Argentina, Información para consumidores, Asociaciones de consumidores*, 2008, www.mecon.gov.ar/secdef; Servicio Nacional del Consumidor de Chile, *Participación, Organizaciones de consumidores*, 2008 www.sernac.cl; Instituto Nacional de Consumo de España, http://consumo-inc.es/directorio/interior/adc/asc.htm, 2007, www.consumo-inc.es; Federación de Consumidores de América, *State & Local Consumer Groups, Find a State and Local Member by Region*, 2007, www.consumerfed.org; Profeco, *Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores*, 2007, www.profeco.gob.mx; Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor y Usuario de Venezuela, 2007, www.indecu.gov.ve

En 2007, existían 284 organizaciones ciudadanas de consumidores registradas en España, 234 en Estados Unidos y sólo 19 en México

indicador_MARZO.indd 3 2/20/08 3:23:09 PM

Leyes para ejercer los derechos de los consumidores

Con el fin de establecer un marco legal para el ejercicio y protección de los derechos de los consumidores, el 5 de febrero de 1976 entró en vigor la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) en México, la cual regula las relaciones comerciales entre consumidores y proveedores de bienes y servicios.[5]

En 1983 se incorporó en el artículo 28 de la Constitución la disposición de proteger a los consumidores y fomentar su organización para el mejor cuidado de sus intereses. De esta manera, los derechos del consumidor adquirieron la dimensión de garantía social.

En la última década se han promulgado legislaciones sobre ámbitos específicos de la actividad económica que contienen normas relativas a la defensa de los consumidores en dichos sectores.

Por ejemplo, en 1996 se publicó la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro y en 1999 la Ley de Protección y Defensa a Usuarios de Servicios Financieros. Estos son dos de los ordenamientos jurídicos más destacados que tutelan el ejercicio de los derechos del consumidor y buscan proteger a los consumidores de posibles abusos por parte de productores y proveedores de bienes y servicios.

En 1983 se elevaron a rango constitucional los derechos del consumidor en México

Derechos del consumidor establecidos en ordenamientos legales en México, 2008

LEY	¿CÓMO PROTEGE AL CONSUMIDOR?
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	El artículo 28 de la Constitución prohíbe los monopolios y la especulación con productos de consumo básico, protege a los consumidores y fomenta su organización
Ley Federal de Protección al Consumidor	Reglamenta el derecho a la información, a la educación sobre consumo, a elegir, a la seguridad y calidad de los productos, a no ser discriminado, a la compensación y a la protección legal
Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro	Regula a las Administradoras de Fondos para el Retiro, establece el derecho a la información sobre sistemas de ahorro para el retiro y garantiza la posiblidad de presentar quejas y denuncias en la materia
Ley de Protección y Defensa a Usuarios de Servicios Financieros	Regula los productos y servicios ofrecidos por instituciones financieras en el país y brinda información a los consumidores en materia de finanzas personales
Normas Oficiales Mexicanas y Normas Mexicanas	Contienen información, requisitos y especificaciones para la comercialización de productos, prácticas e información comercial y en materia de seguridad, entre otros aspectos

Fuente: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Ley Federal de Protección al Consumidor; Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro; Ley de Protección y Defensa a Usuarios de Servicios Financieros; Secretaría de Economía, *Dirección General de Normas*, 2008, www.economia.gob.mx

indicador_MARZO.indd 4 2/20/08 3:23:10 PM

Instituciones garantes de los derechos del consumidor

Como consecuencia de la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección al Consumidor en 1976 se crearon dos organismos para garantizar el cumplimiento de esa ley, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) y el Instituto Nacional del Consumidor (Inco), ambos dependientes de la Secretaría de Industria y Comercio (ahora Secretaría de Economía) y de la Secretaría del Trabajo, respectivamente.

En un principio Profeco se encargaba de conciliar intereses entre proveedores y consumidores y el Inco se ocupaba de dar orientación a la población para mejorar sus hábitos de consumo. Así, México se convirtió en el segundo país latinoamericano (después de Venezuela) con una ley de protección al consumidor y el primero en contar con una procuraduría.

Años después, en el contexto de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y ante la necesidad de adecuar el marco legal en materia de consumo, Profeco e Inco se fusionaron en 1992, de manera que la Profeco asumió las funciones de promoción, investigación y educación que desarrollaba el Inco y continuó con las labores de inspección, vigilancia y verificación de precios que tenía anteriormente.

Algunos productos o servicios específicos cuentan con instancias especializadas para la defensa del consumidor, como la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar), creada en 1996, y la Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), constituida en 1999.

México fue el primer país de América Latina en contar con una procuraduría del consumidor

Instituciones de defensa del consumidor en México y sus principales objetivos, 2008

Procuraduría Federal del Consumidor	Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro
• Prevenir y corregir prácticas abusivas en las relaciones de consumo • Fortalecer el poder de los consumidores, brindándoles información y asesoría • Incidir en la política regulatoria y mantener actualizado el marco jurídico en materia de consumo	• Promover, asesorar, proteger y defender los derechos o intereses de los usuarios de servicios financieros • Crear y fomentar una cultura adecuada respecto de las operaciones y servicios financieros	• Proteger los ahorros para el retiro de los trabajadores • Desarrollar un entorno de competencia entre las Administradoras de Fondos para el Retiro • Promover el ejercicio informado de los derechos del consumidor en materia de ahorro para el retiro

Fuente: Elaborado por Fundación Este País, con base en Profeco, http://www.profeco.gob.mx/profeco/profeco.asp, 2008, www.profeco.gob.mx; Condusef, http://www.condusef.gob.mx/que_atiende/index.html, 2008, www.condusef.gob.mx y Consar, http://www.consar.gob.mx/acerca_consar/acerca_consar-mision.shtml, 2008, www.consar.gob.mx

Empresas con más quejas ante Profeco, 2006-2007

Teléfonos de México, S.A. de C.V. (Telmex) fue la empresa con más quejas ante Profeco tanto en 2006 como en 2007, al registrar 8,144 y 8,540 quejas, respectivamente. El segundo lugar lo ocupó la Comisión Federal de Electricidad (CFE), con 6,360 y 7,844 quejas, respectivamente; la tercera empresa con más quejas ante Profeco fue Telcel con 2,383 y 2,681 quejas, respectivamente, en 2006 y 2007.

En 2007 Profeco recuperó 788 millones 394 mil 147 pesos a favor de los consumidores, lo que representó 75.7% del total reclamado a través de quejas y conciliaciones.

Fuente: Profeco, *Buró comercial de Profeco*, 2008, www.profeco.gob.mx

indicador_MARZO.indd 5 2/20/08 3:23:10 PM

FUNDACIÓN
Este paiS
CONOCIMIENTO ÚTIL

Consejo Directivo
Presidente
Federico Reyes Heroles

Consejeros
Rosa María Rubalcava
Fernando Serrano Migallón

Director Ejecutivo
Eduardo A. Bohórquez

Coordinación Académica
Roberto Castellanos C.

Coordinación Administrativa
Bárbara Castellanos R.

Unidad de Investigación
Luis Alberto Jiménez,
Erick Rodríguez

Unidad de Comunicación Estratégica
Aldo González, Vania Montalvo,
Alejandro Vázquez

Asesoría de proyectos
Adriana Amezcua, Iris Montero

Diseño: Aziyadé Uriarte

El proyecto cultural Este País surge con el propósito de incorporar nuevas herramientas analíticas al estudio de las ciencias sociales.

La Fundación Este País coordina la investigación, el análisis y la asesoría de este proyecto.

Escriba a:
info@fep.org.mx

Visite nuestra página web:
www.fep.org.mx

Nuestra herramienta de soporte a las decisiones ya es pública.

Calendario Estratégico

Disponible en esta edición.

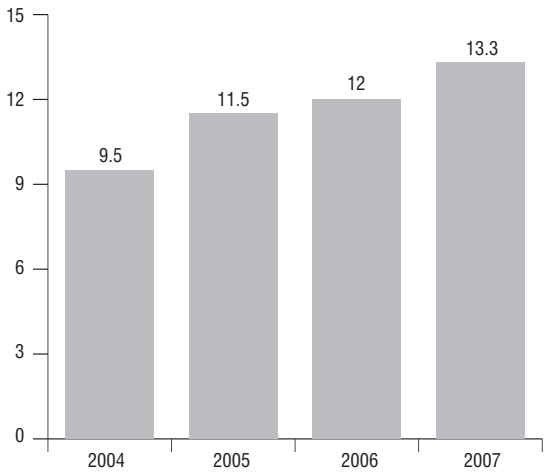
Para un consumo inteligente: educación y acceso a la información

La existencia de leyes e instituciones para la defensa del consumidor contribuye a fortalecer la vigencia de los derechos de los consumidores. También es indispensable que los consumidores conozcan y ejerzan sus derechos para que el marco institucional cumpla con su propósito.

La educación sobre los derechos del consumidor y el acceso a la información en la materia son herramientas útiles para que las personas ejerzan su poder de consumo. Además, uno de los derechos básicos del consumidor es recibir información en materia de consumo, conocer sus derechos y saber los instrumentos legales con los que cuenta para hacerlos valer. Profeco y las organizaciones de la socidad civil involucradas en la defensa de los derechos del consumidor son canales institucionales por medio de los cuales los ciudadanos pueden conocer sus derechos y los instrumentos jurídicos a su alcance para ejercerlos.

En el caso de Profeco, el número de personas que han recibido información y/o capacitación en materia de consumo por parte de alguna de sus 39 delegaciones aumentó de 9.5 millones de personas en 2004 a 13.3 millones de personas en 2007, un incremento de 40% en cuatro años.

Personas que recibieron información y/o capacitación en materia de consumo por parte de Profeco, 2004-2007 (millones de personas)



Fuente: Profeco, *Informe de desempeño 2005 y Metas de indicadores estratégicos 2007*, 2008, www.profeco.gob.mx

Notas

1 Para la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) el consumo inteligente se fundamenta en valores tales como la justicia, la solidaridad y el respeto a los derechos humanos, económicos, sociales, culturales y ambientales de todas las personas. Profeco, *Revista del Consumidor*, junio de 2007, p. 15. **2** En México, la Ley Federal de Protección al Consumidor define al consumidor como la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta, como destinatario final, bienes, productos o servicios. Se entiende también como consumidor a la persona física o moral que adquiere, almacena, utiliza o consume bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros. **3** Existen organizaciones de la sociedad civil de defensa del consumidor, ya sea en general o por determinados temas (usuarios de servicios telefónicos, consumidores de café, por ejemplo) y otras organizaciones, llamadas "consumeristas" cuyo ámbito de acción no es directamente la defensa de los derechos del consumidor pero abarcan temáticas de consumo, como las organizaciones ambientalistas o las dedicadas al comercio justo. Profeco, Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores. **4** Corresponde a una clasificación de la Profeco. **5** Profeco, *Revista del consumidor*, noviembre 2006, p. 17.

indicador_MARZO.indd 6 2/20/08 3:23:11 PM