

LOS DERECHOS FUNDAMENTALES EN LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.

Dra. Iris del Rocío Orozco Argote*¹

I. Introducción. II. Los nuevos paradigmas en el consumo mundial. III. La normalización como medio de control de productos y servicios. IV. Los derechos de los consumidores y los derechos fundamentales. V. La verificación y la certificación como sustento de la calidad para el consumidor. VI. Conclusiones.

I. Introducción.

La imperante corriente democratizadora del siglo XX en la que debe prevalecer el estado de derecho,² implica necesariamente una mayor atención a las necesidades de protección que devienen de todos aquellos grupos que se encuentran en un estado de vulnerabilidad frente a otros grupos dominantes, lo que nos posiciona necesariamente en el ámbito de los derechos humanos.

La tarea de disminuir esas desventajas entre grupos es precisamente uno de los fines del derecho, que se constituye por antonomasia en el medio legítimo del poder público para propiciar una sociedad más justa y equitativa, a través de leyes y códigos que consagran en sus disposiciones garantías sociales.

¹ Doctora en Derecho por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en el programa del doctorado interinstitucional en Derecho. Investigadora capacitada de la Comisión Estatal de Derechos Humanos Jalisco.

² El autor sostiene que ... El concepto de estado de derecho es una respuesta al Estado absolutista, caracterizado por la ausencia de libertades, la concentración del poder y la irresponsabilidad de los titulares de los órganos del poder. De ahí que la garantía jurídica del Estado de derecho corresponda al constitucionalismo moderno. En el siglo XX el Estado de derecho ha tenido como contrapunto al totalitarismo. Haro Reyes, Dante Jaime. "El Estado de derecho en la actualidad mexicana", en: Nauczatzin Bravo Aguilar, *et. al.*, *Derechos humanos y Estado de derecho. Una visión contemporánea*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2007. pp. 170.

La tutela a los grupos desaventajados se inscribe tanto en el área de los derechos humanos como de las garantías sociales, que no son el efecto de una relación de inequidad entre el poder formal y la sociedad, sino entre los mismos sectores de ella, motivando a que el Estado tome un rol paternalista al vislumbrar que ... *las fuerzas del mercado no harían justicia a todos los hombres, sino sólo gracia a los poderosos.*³

En este supuesto jurídico podemos encuadrar los derechos de los consumidores, que se constituyen como un *grupo en situación de desventaja* ante los múltiples proveedores del mercado, quienes normalmente imponen las condiciones de las contrataciones de manera ventajosa, ostentando además calidades de productos y servicios que no corresponden a la realidad.

Los múltiples actos fraudulentos acaecidos en las relaciones de consumo, tanto a escala nacional como internacional, han propiciado que el Estado mexicano genere una política de *aseguramiento de la calidad*, integrada por diversos ordenamientos y figuras jurídicas encaminadas a proteger los *derechos fundamentales* de los consumidores, creándose así nuevos paradigmas en el consumo mundial.

II. Los nuevos paradigmas en el consumo mundial.

La tendencia globalizadora que caracteriza los nuevos tiempos ha sido un factor determinante en la evolución de los paradigmas del consumo a escala mundial, y en esta nueva cultura las exigencias de los consumidores son cada vez más acuciosas, donde los procesos de *verificación*⁴ y *certificación*⁵ de productos y

³ Sergio García Ramírez, *Las garantías sociales* [en línea] México, Biblioteca Jurídica Virtual, Universidad Nacional Autónoma de México [fecha de consulta, 25 de agosto de 2008] Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/2/756/5.pdf>

⁴ De conformidad con lo dispuesto por la LFMN, la verificación es: "la constatación ocular o comprobación mediante muestreo, medición, pruebas de laboratorio, o examen de documentos que se realizan para evaluar la conformidad en un momento determinado."

⁵ De conformidad con lo dispuesto por la LFMN, la certificación es: "el procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajuste a las normas o lineamientos o recomendaciones de organismos dedicados a la normalización nacionales o internacionales."

servicios, sustento de la *evaluación de la conformidad*,⁶ representan hoy una garantía de calidad para el público consumidor.

El derecho no ha sido ajeno a este proceso de cambio, y atento siempre a las necesidades sociales, culturales, políticas y económicas del entorno, se ha constituido en el instrumento idóneo para que el Estado regule las tendencias inequitativas que se presentan en las relaciones del mercado.

La protección a los consumidores ha formado parte esencial de la tutela de los llamados derechos sociales, y fue acogida por nuestro sistema jurídico por primera vez en 1976 a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), que recogió los derechos fundamentales señalados en el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea de 1975, las Directrices de la ONU para la Protección al Consumidor de 1985 y los derechos básicos reconocidos en el Código Brasileño.⁷

Aunado a lo anterior, la cultura de protección a los consumidores vino a reforzarse en México con la aparición de la Ley Federal de Metrología y Normalización (LFMN), que desde 1992 introdujo en nuestro sistema legal figuras tales como: las *normas oficiales mexicanas, normas mexicanas*,⁸ *certificación, verificación y evaluación de la conformidad* entre otras, que van encaminadas a fomentar un sistema de *aseguramiento de la calidad*, una industria nacional más sistemática, controlada, y consciente de la tutela de *seguridad jurídica* que debe caracterizar al Estado democrático.

⁶ De conformidad con lo dispuesto por la LFMN, la evaluación de la conformidad es: “la determinación del grado de cumplimiento con las normas oficiales mexicanas o la conformidad con las normas mexicanas, las normas internacionales u otras especificaciones, prescripciones o características. Comprende, entre otros, los procedimientos de muestreo, prueba, calibración, certificación y verificación.

⁷ José Ovalle Fabela, *Derechos del consumidor* [en línea] México, Biblioteca Jurídica Virtual, Universidad Nacional Autónoma de México [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/1/56/tc.pdf>.

⁸ De conformidad con lo dispuesto por la LFMN, la norma mexicana se define como: “la que elabore un organismo nacional de normalización, o la secretaría, en los términos de esta Ley, que prevé para un uso común y repetido reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado.

Las exigencias del mercado mundial se ven plasmadas en la armonización del derecho nacional con el internacional, que ante el gran avance de la tecnología y la proliferación de la industria generadora de bienes y servicios, tiene que responder con una serie de instrumentos jurídicos encaminados a frenar fenómenos de competencia desleal como adulteración, imitación, piratería, y demás prácticas fraudulentas que ponen en riesgo los derechos de los consumidores.

Tal como lo menciona Francisco Rosette, otrora director general de Verificación y Vigilancia de la Procuraduría Federal del Consumidor:

... Dentro de los proyectos de desarrollo de México, debe contemplarse uno cuyo objeto consista en adecuar el marco regulador de la actividad económica nacional, siendo responsabilidad de su gobierno, procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional, cumplan con la información comercial y especificaciones necesarias, para que los consumidores cuenten; como garantía, con elementos que les permitan las mejores decisiones de compra y puedan usarlos, gozarlos y disfrutarlos plenamente.⁹

Lo anterior significa que el Estado mexicano como eje rector de la economía nacional se vio en la necesidad de generar mecanismos legítimos de *aseguramiento de la calidad* de productos y servicios, que generen confianza y certeza en los consumidores locales e internacionales, a efecto de consolidar una industria más competitiva y segura, acorde a los nuevos paradigmas de consumo. En este entendido surgió en nuestro sistema jurídico la normalización como una respuesta a dichas necesidades.

⁹ Francisco Rosette Ramírez, *Normalización (calidad y competitividad). Reto frente a la globalización*, México, 2000. pp. 13.

III. La normalización como medio de control de productos y servicios.

La normalización es un tema relevante en el ámbito de los derechos de los consumidores, pues a través de ella se busca crear una serie de parámetros cuantitativos y cualitativos que puedan servir como un punto de partida para llevar a cabo la *evaluación de la conformidad* de los productos y servicios ofrecidos en el mercado. Aunque la propia ley no hace una definición del término *normalización*, Rosette la define de la siguiente forma:

*La normalización es un proceso o procedimiento que integran y desarrollan ciertas instituciones públicas y privadas; facultadas o acreditadas para llevar a cabo la unificación de criterios, respecto de los requisitos que deben cumplir determinados productos o servicios, para garantizar su seguridad física o jurídica, según sea el caso, eficiencia, durabilidad, fiabilidad, mantenimiento y/o calidad, por los que paga un precio específico el consumidor.*¹⁰

En efecto, la normalización ha venido a poner fin a la industria fuera de control, en respuesta a una necesidad de estandarización u homologación de los productos y servicios, con el propósito de brindar *certeza y seguridad* al consumidor. Dicha certeza es necesaria, en el entendido de que, como afirma Tambussi: “... *El derecho del consumidor es sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos “derechos humanos”.*”¹¹

Esta vinculación entre los derechos humanos y los derechos de los consumidores se hace patente en el sentido de que éstos satisfacen sus necesidades vitales mediante los productos y servicios ofertados en el mercado, verbigracia, en los bienes de la canasta básica, medicinas, servicios médicos, etcétera. Sin embargo,

¹⁰ *Idem.*

¹¹ Carlos Eduardo Tambussi, *Derechos humanos* [en línea], Buenos Aires. Fundación de Derecho Administrativo. 5a ed. [fecha de consulta: 25 de agosto de 2008], Capítulo IX. “Los derechos del consumidor como derechos humanos. Disponible en: http://www.gordillo.com/Pdf/DH--5/Capitulo_IX.pdf

desafortunadamente el consumidor final siempre se encuentra expuesto a sufrir toda clase de engaños, abusos y condiciones excesivas impuestas por los proveedores a quienes recurren, además de que la calidad que ostentan los bienes adquiridos o los servicios contratados en el mercado pueden poner en riesgo derechos fundamentales como la *vida* o la *salud*.

Podemos deducir entonces que los derechos de los consumidores son un instrumento jurídico bajo el cual se tutelan derechos fundamentales, entendiendo por éstos últimos *aquellos derechos humanos garantizados por el ordenamiento jurídico positivo, en la mayor parte de los casos en su normativa constitucional y que suelen gozar de una tutela reforzada*.¹²

Tal como lo menciona Miguel Carbonell:

*En términos generales puede decirse que los derechos fundamentales son considerados como tales en la medida en que constituyen instrumentos de protección de los intereses más importantes de las personas, puesto que preservan los bienes básicos necesarios para poder desarrollar cualquier plan de vida de manera digna.*¹³

La protección del consumidor ha sido una preocupación del Estado social, en el que, tal como lo menciona Miguel Carbonell: *los poderes públicos dejan de ser percibidos como enemigos de los derechos fundamentales y por el contrario comienzan a convertirse en promotores de esos derechos*.¹⁴

¹² Miguel Carbonell, *Los derechos fundamentales en México* [en línea]. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=1408>.

¹³ *Ibidem*, p. 5.

¹⁴ *Ibidem*, pp. 765.

IV. Los derechos de los consumidores y los derechos fundamentales.

Quiroz Ruiz comenta que el derecho de consumo o derecho de los consumidores surge en México como un derecho social, regulado en 1975 al promulgarse la primera Ley Federal de Protección al Consumidor, cuyo contenido otorgó a los consumidores los siguientes derechos fundamentales:

- a. *El de ser informado veraz y suficientemente sobre las características del producto o servicio que se pretende tratar; (derecho a ser informado)*
- b. *El de conocer, previamente, los pormenores completos de la operación a realizar; (derecho a ser informado y seguridad jurídica)*
- c. *El de recibir el bien o servicio tal y como fue estipulado; y (seguridad jurídica)*
- d. *El de que se respete su dignidad física, intelectual y moral.¹⁵ (derecho a la vida y a la salud)*

De esta reflexión hecha por Sara Quiroz podemos deducir que los derechos mencionados en esta primera ley en la materia, implican en el derecho a la *información*, la *vida* y la *salud*, el valor de la seguridad jurídica de los consumidores. Si podemos observar, en el último inciso mencionado se hace hincapié en el respeto a la *dignidad* física, intelectual y moral de los individuos, valor sustantivo de todos los derechos fundamentales.

En el derecho positivo vigente, también puede apreciarse aún con mayor énfasis el tinte proteccionista que el legislador trata de imprimir en el artículo primero de la Ley Federal de Protección al Consumidor, donde se enlistan los principios básicos

¹⁵ Sara Luz C. Quiroz Ruiz, "El derecho de los consumidores y los patrones de consumo", *Letras Jurídicas* [en línea] (XIV). Julio-diciembre de 2006 [fecha de consulta: 27 de agosto de 2008]. Disponible en: <http://letrasjuridicas.com/14/quiroz14.pdf> ISSN 1665-1529.

que deben regir las relaciones de consumo y que coinciden con algunos derechos fundamentales reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), mismos que vinculamos de la siguiente manera:

1°. El primer valor fundamental a tutelar por el Estado que constituye el supuesto lógico necesario para la existencia de los demás derechos, es el de la *vida*, que se encuentra reconocido en el artículo tercero de la DUDH y que se relaciona con la fracción I del artículo primero de la Ley Federal de Protección al Consumidor, numerales que mencionan lo siguiente:

Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.¹⁶ (DUDH)

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos.¹⁷ (LFPC)

2° Una vez tutelado el valor de la vida, se desprende de estos mismos numerales que *la salud* es otro de los bienes jurídicos protegidos por la Ley Federal de Protección al Consumidor, también reconocido como un derecho humano, pues el término de *seguridad personal* mencionado en el artículo tercero de la DUDH, sin lugar a duda implica el derecho a la salud de los individuos.

Este bien jurídico tutelado por los ordenamientos mencionados puede verse seriamente dañado en las relaciones de consumo, pues algunos productos además de los ingeribles, pueden, o bien contener sustancias dañinas para la salud, o bien exceder los límites máximos permitidos por las normas sanitarias

¹⁶ Organización de las Naciones Unidas. Declaración Universal de Derechos Humanos [en línea] USA. [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>

¹⁷ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Protección Federal del Consumidor [en línea], México [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113.pdf>

vigentes, de tal forma que al tener simplemente contacto con ellos puedan menoscabar la salud de las personas u otros seres vivos.

Y es precisamente en la defensa de este derecho a la salud que se crean la Ley General de Salud, las normas oficiales mexicanas y las normas mexicanas, las cuales fijan una serie de parámetros permisibles para la elaboración de todos aquellos productos que pueden repercutir de forma directa o indirecta en la salud de los seres humanos, los animales o los ecosistemas.

3° *La educación* es otro de los derechos humanos consagrados en la DUDH, derecho que, traslapado a nuestro tema de estudio, puede aplicarse en el sentido de que el Estado también tiene la obligación de dar educación a los consumidores sobre las relaciones del consumo. En el artículo 1°, fracción II, de la LFPC, se prevé como un principio básico de las relaciones de consumo este derecho.

El objetivo de crear una cultura de consumo es una tarea que le corresponde al Estado, pues el mal funcionamiento del mercado entre proveedores y consumidores implicaría la existencia de diversos problemas, como actos de competencia desleal, que bien podrían desembocar en un problema de salud pública o en la afectación de los intereses económicos tanto de los consumidores como de la industria formal.

El derecho a la educación en el ámbito del consumo puede basarse en el adagio de que *la información es poder*, pues sabemos que una sociedad consumidora bien informada va de la mano con el derecho a la libertad de elegir los productos y servicios que más convengan a sus necesidades, gustos, posibilidades económicas, etcétera, y por ende, más satisfecha y con mayor seguridad jurídica.

Al respecto, resulta aplicable lo estipulado en la DUDH y la LFPC, que establecen como principios básicos en las relaciones de consumo:

... 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.¹⁸ (LFPC)

1. Toda persona tiene derecho a la educación...

2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales...¹⁹ (DUDH)

4° *La libertad*, en todas sus acepciones, es otro valor fundamental de los individuos, el cual también tiene aplicación en el ámbito del derecho de consumo. Cada consumidor debe contar con la libertad de elegir de entre el mercado aquellos bienes y servicios que se ajusten a sus necesidades, gustos, economía o conveniencias. Esta libertad se encuentra íntimamente relacionada con el derecho a la información, puesto que el consumidor elige con base en la información que recibe sobre lo que adquiere.

Al respecto el artículo 19 de la DUDH estipula que: "...Todo individuo tiene derecho a... investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión."²⁰

En concordancia con ello, la LFPC, en su artículo primero, fracción tercera, establece que:

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

...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.²¹

¹⁸ *Ibidem*, Art. 1, fracción II.

¹⁹ Organización de las Naciones Unidas. Declaración Universal de Derechos Humanos [en línea] USA [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>

²⁰ *Ibidem*, artículo 19.

²¹ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Protección del Consumidor [en línea]. México [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113.pdf>

5° Finalmente, *la efectiva reparación de los daños patrimoniales* que menciona la fracción IV del artículo 1° de la LFPC y que debe imperar en las relaciones de consumo, está directamente concatenada con los derechos económicos de los individuos, que se encuentran reconocidos como parte de los derechos humanos en el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC). En dicho instrumento se reconoce que:

... con arreglo a la Declaración Universal de Derechos Humanos, no puede realizarse el ideal del ser humano libre, liberado del temor y de la miseria, a menos que se creen condiciones que permitan a cada persona gozar de sus derechos económicos, sociales y culturales, tanto como de sus derechos civiles y políticos.²²

Los derechos económicos, sociales y culturales están considerados como derechos de segunda generación, entendiendo por dicho concepto, según el Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África (IEPALA), lo siguiente:

Aquel conjunto de derechos-prestación, que consisten en especificar aquellas pretensiones de las personas y de los pueblos consistentes en la obtención de prestaciones de cosas o de actividades, dentro del ámbito económico-social, frente a las personas y grupos que detentan el poder del Estado y frente a los grupos sociales dominantes.²³

Con base en este concepto, bien podríamos encuadrar en él los derechos de los consumidores, pues se trata de un grupo de personas que se encuentran frente a otro grupo social dominante en una relación económico-social (consumidor-proveedor).

²² Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. [en línea] Ginebra, Suiza. [fecha de consulta: 26 de Agosto de 2008] Disponible en: http://www.unhchr.ch/spanish/html/menu3/b/a_ceschr_sp.htm.

²³ Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África. Curso Sistemático de Derechos Humanos. [en línea] Madrid. [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: http://www.iepala.es/curso_ddhh/

El mismo IEPALA sostiene que dentro de este tipo de derechos de segunda generación encontramos los *derechos humanos en situación*, que conceptualizan como:

*Aquel conjunto de derechos (civiles y políticos, económicos, sociales y culturales) que son considerados unitariamente en función del status o situación social que ocupa el sujeto titular del derecho, con la finalidad de su mejor reconocimiento y garantía, dado que van referidos a personas y grupos sociales que están en una situación de mayor grado de indefensión.*²⁴

El instituto sostiene que no se trata de una nueva clasificación de derechos humanos, sino de una concepción tomada de la *praxis* social, en la que los individuos se encuentran en una situación específica de vulnerabilidad que conviene proteger en su específica condición dada en ese momento.

Tal es el caso de los consumidores, pues en las relaciones de consumo que establecen al adquirir bienes y servicios, pueden encontrarse muchas de las veces en situaciones de vulnerabilidad ante todo tipo de prácticas fraudulentas, para las cuales el Estado debe implementar diversos medios de control, como *la verificación y la certificación* por parte de los *organismos de evaluación de la conformidad*.

Esta vulnerabilidad mencionada ha sido reconocida en las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, que estipula lo siguiente:

Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países, y particularmente de los países en desarrollo; reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el derecho de acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un

²⁴ *Idem.*

desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenido, y la protección del medio ambiente, las presentes directrices para la protección del consumidor persiguen los siguientes objetivos:

- a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores;
- b) Facilitar las modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores;
- c) Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta;
- d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores;
- e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor;
- f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor;
- g) Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos;
- h) Promover un consumo sostenible.²⁵

El Estado mexicano, preocupado por velar de una forma más cuidadosa el respeto a los derechos fundamentales implícitos en los derechos de los consumidores, ha utilizado como una herramienta garantista *la normalización*, que se ha caracterizado principalmente por homogeneizar la calidad de los productos y servicios, calidad que posteriormente debe ser verificada y certificada por un organismo de evaluación de la conformidad.

Lo que se trata lograr es la creación de un sistema de estandarización en la calidad de los productos y servicios, de garantizar una mínima calidad sustentada en las normas oficiales mexicanas, para confianza de los consumidores, utilizando

²⁵ Organización de las Naciones Unidas. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor [en línea], USA [fecha de consulta: 26 de agosto de 2008]. Disponible en: http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_sp.pdf

organismos de evaluación de la conformidad a efecto de que realicen las funciones de verificación y certificación de productos y servicios ofrecidos en los mercados.

V. La verificación y la certificación como sustento de la calidad para el consumidor.

La facultad de llevar a cabo la verificación sobre productos y servicios es propia de la actividad de policía²⁶ que desempeña el Estado, pues es su responsabilidad velar por el cumplimiento de la legalidad en el desempeño de las actividades de los particulares.

En este entendido, la función de vigilancia está estrechamente ligada con el valor de la *seguridad jurídica*, pues el hecho de que se cumpla la ley propicia certeza en los consumidores. Tal como lo menciona Severiano Fernández: ... *La efectividad de las disposiciones administrativas, depende enormemente de la aplicación eficaz por parte de la administración, de las técnicas y potestades de policía*

²⁶ La actividad de policía se define como la actividad administrativa de limitación, que subordina el ejercicio de los derechos individuales y el desarrollo de las relaciones jurídicas a la intervención transitoria en ellos de un elemento de control administrativo para verificar su adecuación a las exigencias del interés público. Ver Severiano Fernández Ramos, *La actividad administrativa de inspección*, España, ed. Comares, 2002, pp. 50-51.

El vocablo policía se interpreta como conjunto de ordenamientos jurídicos encaminados a mantener el orden público de un estado... Esta palabra proviene de la voz latina *politia*, que a su vez deriva de la griega *politeia*, que significa ciudadanía, vida pública o administración del estado.

De conformidad con Serra Rojas, el régimen de policía está constituido por un conjunto de facultades coactivas que tiene el poder público para vigilar y limitar la acción de los particulares, los cuales, dentro del concepto moderno de estado, deben regular su actividad con los deberes y obligaciones que les impone la ley que se funda en una finalidad de utilidad pública. Ver Severiano Fernández Ramos, *op. cit.*, pp. 79 y 81.

Existen tres características sustanciales de la actividad de policía que son:

1. El empleo de técnicas de limitación de los derechos e intereses de los particulares que implican deberes, cargas, situaciones jurídicas pasivas;
2. Estas limitaciones se imponen para verificar la adecuación de la actividad del particular a las exigencias del interés público, plasmadas en la ley;
3. Se llevan a cabo mediante una intervención singular y transitoria de la administración sobre la esfera jurídica del particular.

La actividad de inspección constituye una modalidad o técnica de la actividad de policía, y en concreto, se encuadra dentro de las llamadas actuaciones administrativas de comprobación e investigación. Ver Severiano Fernández Ramos, *op. cit.*, p. 51.

*administrativa de control preventivo y sucesivo al inicio de la actividad potencialmente lesiva de los intereses públicos.*²⁷

El sustento constitucional de las funciones de verificación se encuentra en el artículo 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, al atribuir a la autoridad administrativa la facultad de realizar las visitas domiciliarias a efecto de cerciorarse de que se han cumplido los reglamentos sanitarios y de policía. No obstante, desde 1992, con la entrada en vigor de la LFMN, estos campos se abren a la participación del sector privado, creándose la figura de los organismos de evaluación de la conformidad, que son parte medular del sistema de aseguramiento de la calidad del Estado mexicano.

Los organismos de evaluación de la conformidad pueden estar compuestos por una unidad de verificación²⁸ y un organismo de certificación,²⁹ los cuales se encargan de verificar el cumplimiento de la norma oficial mexicana, así como de avalar dicho cumplimiento a través de un *certificado de la conformidad*.

Cuando un producto es certificado por un organismo evaluador de la conformidad y se presupone que fue verificado por el personal evaluador y que sí cumple con los requerimientos de la norma oficial mexicana y las demás disposiciones legales a las que dicho producto esté sujeto, el consumidor puede estar seguro de su calidad.

VI. Conclusiones.

El Estado democrático debe salvaguardar en aras de la conservación del Estado de derecho el acatamiento de los ordenamientos jurídicos, sobre todo tratándose de normas que impliquen derechos fundamentales, como en el caso de los consumidores, que si bien no son considerados como un grupo vulnerable, sí se

²⁷ Severiano Fernández Ramos, *op. cit.* p. 10.

²⁸ La LFMN define la unidad de verificación como: "la persona física o moral que realiza actos de verificación."

²⁹ La LFMN define al organismo de certificación como: "las personas morales que tengan por objeto realizar funciones de certificación."

encuentran en un estado de vulnerabilidad ante las múltiples prácticas fraudulentas que existen en el mercado.

La defensa de los derechos de los consumidores implica la tutela de derechos fundamentales, como la vida, la salud, la libertad, la información, derechos ambientales y derechos económicos, por lo que debe reforzarse la política de aseguramiento de la calidad en la industria mexicana.

La tarea de aseguramiento de la calidad a través de los organismos de verificación y certificación puede constituirse en un instrumento idóneo para la realización de la función inspectora que le corresponde al Estado, que tiene su razón de ser en la garantía del cumplimiento de las disposiciones de los ordenamientos jurídicos, los que a su vez salvaguardan los siguientes derechos fundamentales:³⁰

1. Seguridad de las personas. Salvaguardan la vida y la integridad física de los individuos en su condición de consumidores y usuarios de bienes y servicios puestos en el mercado, sobre todo aquellos de consumo humano.
2. La salud de las personas. De los consumidores y usuarios de los diversos bienes y servicios, así como la salud de todas las personas; a través del cuidado del medio ambiente.
3. Bienes y cosas. Se vela por la integridad y funcionalidad de los bienes, tanto de titularidad pública como privada.
4. Derechos de los ciudadanos. Se trata de velar por la efectividad de los derechos de los trabajadores, de los consumidores y usuarios frente a los operadores económicos.

³⁰ Severiano Fernández Ramos, *op. cit.*, pp. 15-18.

5. Bienes ambientales. No sólo se incluye la inspección ambiental propiamente dicha, sino que se busca la preservación de los recursos naturales frente a la sobreexplotación.

6. Bienes culturales. Corresponde al Estado velar por la conservación de los bienes de patrimonio histórico o cultural.

7. Intereses económicos de los consumidores y usuarios. El Estado debe garantizar la competencia leal entre los agentes económicos, reprimiendo los actos de piratería, falsificación, imitación, clandestinaje y otras conductas desleales, evitando que tales operadores actúen en una situación de ilegítima ventaja competitiva, en relación con las empresas que actúan cumpliendo las exigencias normativas.

Un producto certificado es equivalente a confianza y seguridad para el consumidor. El *aseguramiento de la calidad* es el resultado final que busca la verificación y la certificación, es el sello último que garantiza al consumidor la guarda de sus derechos fundamentales.³¹

La actualización de los instrumentos jurídicos en materia de protección de los derechos de los consumidores apenas ha comenzado. Los esfuerzos no han sido en vano; sin embargo, es una tarea que debe perfeccionarse cada día, creando en los consumidores y proveedores de bienes y servicios la educación y la conciencia sobre la importancia de la calidad en los mercados, a fin de que seamos competitivos en el ámbito internacional y al mismo tiempo salvaguardemos los derechos fundamentales que éstos implican.³²

³¹ Término coloquial usado para designar a los organismos evaluadores de la conformidad tales como las unidades de verificación y los organismos de certificación.

³² Iris del Rocío Orozco Argote, "Los procesos de verificación de los productos con denominación de origen: caso Tequila", en Amelia Solórzano Peña, (coord.), *Derecho de consumo en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2005.

FUENTES DE INFORMACIÓN.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.

BRAVO AGUILAR, Naucathzin, *et al.*, *Derechos humanos y Estado de derecho. Una visión contemporánea*, Universidad de Guadalajara, 2007.

FERNÁNDEZ RAMOS, Severiano, *La actividad administrativa de inspección*, España, Comares, 2002.

FERNÁNDEZ RUIZ, Jorge, *Panorama del derecho mexicano. Derecho administrativo*, México, McGraw Hill, 1997.

FERRAJOLI, Luigi, *Los fundamentos de los derechos fundamentales*, Trotta, España, 2001.

FERRARI, Vincenzo, *Las funciones del derecho*, Madrid, Debate, 1989.

FRAGA, Gabino, *Derecho administrativo*, 37^a ed., México, Porrúa, 1998.

QUINTANILLA MADERO, María del Carmen Eugenia, *Las normas oficiales mexicanas*, México, Porrúa, 2006.

ROSETTE RAMÍREZ, Francisco, Normalización (calidad y competitividad). Reto frente a la globalización, México, 2000. pp. 13.

SOLÓRZANO PEÑA, Amelia, y Ramiro Contreras Acevedo, (coords.), *Derecho de consumo en México*, Universidad de Guadalajara, 2005.

FUENTES ELECTRÓNICAS.

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN, Ley Federal de Protección Federal del Consumidor, México. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113.pdf>

CARBONELL, Miguel, Los derechos fundamentales en México, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=1408>.

GARCÍA RAMÍREZ, Sergio, *Las garantías sociales*, México, Biblioteca Jurídica Virtual, Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/2/756/5.pdf>

INSTITUTO DE ESTUDIOS POLÍTICOS PARA AMÉRICA LATINA Y ÁFRICA, *Curso sistemático de derechos humanos*, Madrid. Disponible en: http://www.iepala.es/curso_ddhh/

OFICINA DEL ALTO COMISIONADO PARA LOS DERECHOS HUMANOS, Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, Ginebra, Suiza. Disponible en: http://www.unhchr.ch/spanish/html/menu3/b/a_ceschr_sp.htm.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. *Declaración Universal de Derechos Humanos* [en línea], USA. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>

Declaración Universal de Derechos Humanos [en línea] USA. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>

Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor [en línea], USA. Disponible en: http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_sp.pdf

OVALLE FABELA, José, *Derechos del consumidor* [en línea], México, Biblioteca Jurídica Virtual, Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <http://www.bibliojuridica.org/libros/1/56/tc.pdf>.

QUIROZ RUIZ, Sara Luz C. *El derecho de los consumidores y los patrones de consumo*, *Letras Jurídicas* [en línea] (XIV), julio-diciembre de 2006. Disponible en: <http://letrasjuridicas.com/14/quiroz14.pdf> ISSN 1665-1529.

TAMBUSSI, Carlos Eduardo, *Derechos humanos* [en línea], Buenos Aires, Fundación de Derecho Administrativo [en línea], 5ª ed., Buenos Aires. Disponible en: http://www.gordillo.com/Pdf/DH--5/Capitulo_IX.pdf

FUENTES LEGISGRÁFICAS.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley Federal de Protección al Consumidor

Ley Federal sobre Metrología y Normalización.