



INSIGNIAS CULTURALES Y CONSUMIDORES: DERECHOS HUMANOS INTERDEPENDIENTES

LOGOS CULTURAL AND CONSUMERS RIGHTS INTERDEPENDIENTES

Iris del Rocío Orozco Argote^{*1}

I. Introducción. II. Los nuevos paradigmas en el consumo mundial. III. Insignias Culturales convertidas en productos de renombre internacional. IV. La normalización como medio de control de productos y servicios. V. Los derechos de los consumidores y los derechos fundamentales. VI. La verificación y la certificación como sustento de la calidad para el consumidor. VII. Conclusiones. Fecha de recepción 25/10/2012 fecha de aceptación 22/11/2012.

¹ Doctora en Derecho por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en el programa del doctorado interinstitucional en Derecho. Coordinadora General de Estudios y Proyectos en Derechos Humanos, en la Comisión Estatal de Derechos Humanos, de Jalisco.

RESUMEN

Ante el crecimiento agigantado y globalización del mercado, la protección de los derechos fundamentales de los consumidores es una responsabilidad ineludible del Estado, lo que necesariamente implica velar por un estricto aseguramiento de la calidad a través de la verificación y certificación de los productos, donde los organismos de evaluación de la conformidad juegan un papel preponderante.

ABSTRACT

Given the gigantic growth and market globalization, the protection of fundamental rights of consumers is a major responsibility of the state, which necessarily involves ensuring strict quality assurance through testing and certification of products, where the agencies conformity assessment play a role.

PALABRAS CLAVES

Derechos humanos, calidad, verificación, certificación, consumidores, vulnerabilidad, cultura, indicaciones geográficas.

KEYWORDS

Damage, human injury, property damage, individual rights, collective rights.

I. Introducción.

La imperante corriente democratizadora del siglo XXI en la que debe prevalecer el estado de derecho,² implica necesariamente una mayor atención a las

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, D. J., "El Estado de derecho en la actualidad mexicana", en: BRAVO AGUILAR, N., *Derechos*

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.

La tutela a los grupos desaventajados se inscribe tanto en el área de los derechos humanos como de las garantías sociales, desventajas 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 busque formas de amortiguar o desvanecer estas diferencias fácticas del tejido social.

En este supuesto jurídico podemos encuadrar los derechos de los consumidores, que si bien no son considerados como un grupo vulnerable como tal, se constituyen como un *grupo en situación de desventaja o vulnerabilidad* ante los múltiples proveedores del mercado, quienes imponen las condiciones en las relaciones de consumo de productos y servicios. Como afirma García Ramírez... *las fuerzas del mercado no harían justicia a todos los hombres, sino sólo gracia a los poderosos.*³

Esta relación de desventaja manifestada entre otras situaciones en los múltiples actos fraudulentos acaecidos en las relaciones de consumo tanto a escala nacional como internacional, ha propiciado que el Estado mexicano genere una

humanos y Estado de derecho. Una visión contemporánea. Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2007. pp. 170.

³ GARCÍA RAMÍREZ, S., "Las garantías sociales", en *Democracia mexicana. Economía, política, sociedad*, México Instituto de Investigaciones Legislativas, 1994, pp.19-37. [fecha de consulta, 13 de marzo de 2013] Disponible en <http://www.bibliojuridica.org/libros/2/756/5.pdf>

política de *aseguramiento de la calidad*, encaminada a proteger los *derechos fundamentales* de los consumidores, creándose así nuevos paradigmas en el consumo mundial.

La protección de los derechos humanos se vuelve hoy un imperativo a partir de la reforma constitucional en derechos humanos que se publicó en el Diario Oficial de la Federación en junio de 2011, por lo que su protección deja de ser programática y ahora es un axioma sobre el cual debe construirse el derecho mexicano y el actuar de todas las autoridades.

II. Los nuevos paradigmas en el consumo mundial.

La tendencia globalizadora que caracteriza los nuevos tiempos ha sido un factor determinante en la apertura de las fronteras internacionales del mercado, trayendo consigo la evolución de los paradigmas del consumo a escala mundial, y en esta nueva cultura del respeto a los derechos humanos las exigencias de los consumidores son cada vez más ambiciosas, por lo que se han tenido que intensificar los mecanismos para garantizar la calidad de productos y servicios en todos los países.

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. En nuestro sistema jurídico los procesos de *verificación*⁴ y *certificación*⁵ de productos y servicios, son

⁴ De conformidad con lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, 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.”

un sustento clave de la *evaluación de la conformidad*,⁶ que se traduce en una garantía de calidad para el público consumidor.

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 en 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 sobre 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*

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.”

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, F., *Derechos del consumidor*, México, Cámara de Diputados LVIII Legislatura / Universidad Nacional Autónoma de México, 2000. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013]. 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,

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 de derecho.

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 y como guarda principal de los derechos fundamentales, se vio en la

proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado.

⁹ ROSETE RAMÍREZ, F., *Normalización (calidad y competitividad). Reto frente a la globalización*, México, 2000. pp. 13.

necesidad de generar todo un sistema 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 y exigencias internacionales. En este entendido surgió en nuestro sistema jurídico la normalización como una respuesta a dichas necesidades.

III. Insignias Culturales convertidas en productos de renombre internacional.

Como parte de la exaltación de la cultura de un determinado territorio, surgen en el mundo las indicaciones geográficas de procedencia, estas figuras son signos distintivos que se usan en el mercado para indicar a los consumidores, tal como su nombre lo dice, la procedencia geográfica de un determinado producto, así como ciertas características cualitativas del mismo.

Entre las indicaciones geográficas de procedencia se encuentran diversos signos distintivos como la denominación de origen controlada, la denominación de origen, la indicación geográfica, entre otras tantas que varían según el sistema jurídico de cada país.

En el sistema jurídico mexicano se regula uno de estos signos distintivos conocido *denominación de origen*,¹⁰ la cual se define por la ley de la propiedad industrial en su artículo 156, como la región geográfica del país que sirve para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y humanos.

¹⁰ Las denominaciones de origen mexicanas son las siguientes: tequila, mezcal, olinalá, talavera, bacanora, ámbar de Chiapas, café Veracruz, Sotol, café Chiapas, Charanda, Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas, Vainilla de Papantla, Chile habanero de la Península de Yucatán y Arroz del Estado de Morelos.

Los factores naturales evidentemente se refieren a todas las características que el medio ambiente genera en la zona de procedencia del producto y que por ser únicas le imprimen a éste cualidades irrepetibles. De esta misma manera, los factores humanos a los que se refiere la definición antes aludida, implica los saberes y quehaceres de la gente de cada región, esto es, son las prácticas culturales, ancestrales que forman parte de la cultura regional las que también hacen especial y único a cada producto.

Los productos distinguidos con una denominación de origen tienen entonces una identidad regional que forma parte de la cultura nacional, de tal suerte que al momento de posicionarse en el mercado internacional evocan en la mente del consumidor dicha nación, sus costumbres, las bondades de su tierra y de su gente, por lo que son definitivamente un producto cultural.

Evidentemente el cuidado del prestigio de estas insignias culturales únicas en el mundo por su originalidad y cualidades implica todo un sistema de aseguramiento de la calidad, encaminado a salvaguardar el prestigio del Estado mexicano ante la comunidad internacional, y la protección de los derechos humanos de quienes los consumen.

El sistema de aseguramiento de la calidad de las denominaciones de origen mexicanas resulta algo complejo, pues implica la observancia de normas jurídicas y normas técnicas que se encuentran en diferentes instrumentos legales y que pertenecen a diferentes ámbitos del derecho, entre los que podemos mencionar los derechos humanos, los derechos del consumidor, los derechos de la propiedad industrial, los derechos culturales, derechos económicos, etcétera.

A continuación se abordará someramente un panorama general de este entramado jurídico encaminado a proteger la calidad de estos productos culturales mexicanos.

IV. 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.*¹¹

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”.*”¹²

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

¹¹ *Ídem.*

¹² TAMBUSI, C.E., "Los derechos del consumidor como derechos humanos" Capítulo IX en Derechos Humanos, Buenos Aires, Fundación de Derecho Administrativo, 2005, pp. 219-229. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013], Disponible en http://www.gordillo.com/pdf/der_hum/der_hum.pdf

mediante los productos y servicios ofertados en el mercado, verbigracia, en los bienes de la canasta básica, medicinas, servicios médicos, etcétera. Sin embargo, 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*.¹³

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.¹⁴

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*

¹³ CARBONELL, M., *Los derechos fundamentales en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México / Comisión Nacional de los Derechos humanos, 2004, [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013], Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/3/1408/1.pdf>

¹⁴ *Ibidem*, p. 5.

*percibidos como enemigos de los derechos fundamentales y por el contrario comienzan a convertirse en promotores de esos derechos.*¹⁵

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

Sara 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.*¹⁶ *(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

¹⁵ *Ibíd*em, pp. 765.

¹⁶ QUIROZ RUIZ, S. L., "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.

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 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.¹⁷ (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

¹⁷ Organización de las Naciones Unidas. Declaración Universal de Derechos Humanos. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013], Disponible en http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml

abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos.¹⁸ (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 en el artículo 25 la Declaración Universal de Derechos Humanos, en el que se establece que toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios.

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 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

¹⁸ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Protección al Consumidor. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013], disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113.pdf>

de que el Estado también tiene la obligación de dar educación a los consumidores sobre las relaciones del consumo. En el artículo 1º, 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.¹⁹ (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

¹⁹ *Ibidem*, Art. 1, fracción II.

derechos humanos y a las libertades fundamentales...²⁰
(DUDH)

4° *La libertad*, en todas sus acepciones, es otro valor fundamental de los individuos, el cual también tiene aplicación en al 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."²¹

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.²²

²⁰ Organización de las Naciones Unidas. Declaración Universal de Derechos Humanos Art. 26. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013], Disponible en: http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml

²¹ *Ibidem*, artículo 19.

²² Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Protección al Consumidor. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013], 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.²³

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,

²³ 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.

frente a las personas y grupos que detentan el poder del Estado y frente a los grupos sociales dominantes.²⁴

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).

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.*²⁵

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.

²⁴ Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África. Curso Sistemático de Derechos Humanos. [en línea] Madrid. [fecha de consulta: 13 de marzo de 2013]. Disponible en: http://www.iepala.es/curso_ddhh/ddhh839.htm

²⁵ *ídem.*

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 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.²⁶

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.

²⁶ 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

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 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.

Es de vital trascendencia para el tema en estudio referir el principio de interdependencia que consagra el artículo primero de la Carta Magna. A través de este principio se explica que todos los derechos humanos están tan íntimamente relacionados, que la afectación de uno de ellos incide en la afectación de otros tantos, así como la salvaguarda de unos impacta en la salvaguarda de los otros.

En el caso de nuestro objeto de estudio, se trata de un tema de la propiedad industrial que está íntimamente interconectado con los derechos culturales, pues las denominaciones de origen son productos culturales. Tanto los derechos de propiedad industrial, que protegen la creatividad y capacidad inventiva de las personas, como los derechos culturales son derechos humanos y ambos se relacionan.

A su vez, los derechos que se protegen a través del derecho de los consumidores, como ya se explicó anteriormente, protegen derechos humanos, teniendo ambos campos del derecho sus puntos de encuentro.

VI. 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 policía²⁷ que desempeña el Estado, pues es su responsabilidad

²⁷ 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 FERNÁNDEZ RAMOS, S., *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 FERNÁNDEZ RAMOS, S., *op. cit.*, p. 51.

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 administrativa de control preventivo y sucesivo al inicio de la actividad potencialmente lesiva de los intereses públicos.*²⁸

El sustento constitucional de las funciones de verificación se encuentra en el artículo 16 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 verificación²⁹ y un organismo de certificación,³⁰ 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*.

²⁸ FERNÁNDEZ RAMOS, S., *op. cit.* p. 10.

²⁹ La LFMN define la unidad de verificación como: "la persona física o moral que realiza actos de verificación."

³⁰ La LFMN define al organismo de certificación como: "las personas morales que tengan por objeto realizar funciones de certificación."

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.

VII. 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 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:³¹

³¹ FERNÁNDEZ RAMOS, S., *op. cit.*, pp. 15-18.

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.
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, las denominaciones de origen son un producto 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.³²

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.³³

³² Término coloquial usado para designar a los organismos evaluadores de la conformidad tales como las unidades de verificación y los organismos de certificación.

³³ OROZCO ARGOTE, I., "Los procesos de verificación de los productos con denominación de origen: caso Tequila", en SOLÓRZANO PEÑA, A., (coord.), *Derecho de consumo en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2005.

FUENTES DE INFORMACIÓN.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.

BRAVO AGUILAR, Nauhcatzin, *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://biblio.juridicas.unam.mx/libros/3/1408/1.pdf>

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/ddhh839.htm

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

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. *Declaración Universal de Derechos Humanos* [en línea], USA. Disponible en: http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml

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/der_hum/der_hum.pdf

FUENTES LEGISGRÁFICAS.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley Federal de Protección al Consumidor

Ley Federal sobre Metrología y Normalización.