



SUPREMA CORTE
DE JUSTICIA DE LA NACIÓN



Sinopsis de Asuntos destacados de las Salas

PRIMERA SALA

LÍMITES A LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA.

La información contenida en este documento es de carácter informativo y de divulgación. Las únicas fuentes oficiales son los expedientes, resoluciones y el *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*.

PRIMERA SALA DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN
Asunto resuelto en la sesión del miércoles 11 de marzo de 2015

Cronista: *Licenciado Héctor Musalem Oliver**

Asunto: Amparo directo en revisión 2244/2014.¹

Ministro ponente: José Ramón Cossío Díaz.

Secretario: Rodrigo Montes de Oca Arboleya.

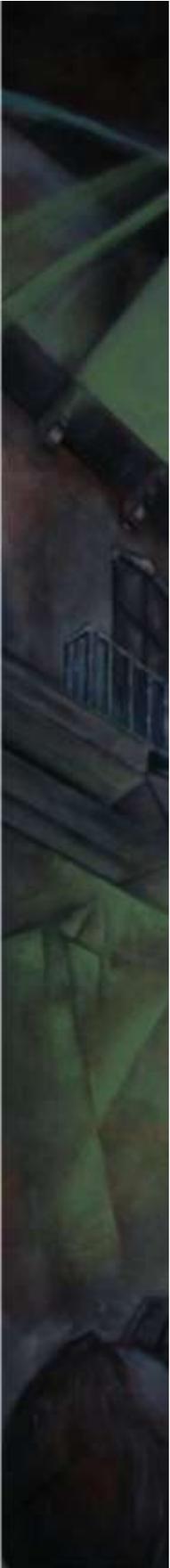
Tema: Cuál es el marco constitucional en torno a la protección de los derechos de los consumidores respecto a la publicidad engañosa.

Antecedentes:

- Una importante empresa de artículos para deporte, emitió cierta publicidad en medios públicos televisivos y electrónicos, en la cual afirmó que el uso de unos zapatos deportivos comparados con los de uso común para caminar, causaba más fortaleza, firmeza y tonicidad en algunos músculos.
- En ese contexto, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) promovió una acción de grupo en la vía ordinaria civil en contra de dicha empresa, por realizar una conducta ilícita al efectuar declaraciones infundadas y sin sustento científico, que ocasionaron daños y perjuicios a los consumidores.
- Posteriormente, un juez de Distrito en Materia Civil de la Ciudad de México declaró procedente la vía ordinaria civil y absolvió a la empresa demandada, dado que, no se aportó el material probatorio que acreditara que la publicidad difundida por el proveedor era engañosa.
- En el recurso de apelación interpuesto por la parte actora, un Tribunal Unitario en Materias Civil y Administrativa del Primer Circuito confirmó la sentencia dictada en primera instancia, indicó que la PROFECO tenía la carga probatoria de acreditar la conducta dañosa, además, determinó que las imágenes aportadas, no mostraban que el mensaje publicitario de los zapatos difundido en internet contuviera información inexacta, exagerada, artificiosa o tendenciosa sobre los beneficios que supuestamente les proporcionaría a los consumidores su uso, ni que éste les indujera al error.
- Contra esa resolución, la PROFECO promovió juicio de amparo directo, precisó que se violaron los derechos fundamentales consagrados en los artículos 1°, 14, 16, 17 y 28, párrafo tercero, de la Constitución Federal en donde el Tribunal Colegiado negó el amparo
- El Tribunal Colegiado en Materia Civil al que correspondió conocer del juicio de amparo directo, negó conceder el amparo solicitado, señaló que la actora no ofreció distintos medios de convicción mediante los cuales el juzgador pudiera llegar a la conclusión de que los datos aportados en la publicidad eran inexactos, exagerados, artificiosos o tendenciosos, agregó que, no tenía importancia para resolver el caso la naturaleza de la acción de grupo ni tampoco la supuesta transgresión a los derechos de los consumidores.
- Inconforme con la sentencia de amparo, la parte actora promovió recurso de revisión; como consecuencia de lo anterior el Tribunal Colegiado del conocimiento tuvo por interpuesto el medio de impugnación y ordenó su envío al más Alto Tribunal del país.
- El Presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación admitió el asunto y lo remitió a la Primera Sala.

* *Funcionario adscrito a la Unidad de Crónicas de la Dirección General de Casas de la Cultura Jurídica.*

¹ A la fecha de elaboración del presente documento, no se había publicado aún el engrose respectivo.



Proyecto:

Se propone revocar la sentencia recurrida, así como devolver los autos al Tribunal Colegiado correspondiente.

Discusión y Resolución:

Los señores Ministros de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación estimaron que la consideración hecha por el Tribunal Colegiado respecto al tema de constitucionalidad, fue insuficiente; agregaron que el legislador ha desarrollado diferentes herramientas que permiten a los consumidores defender sus derechos de forma colectiva ante los órganos jurisdiccionales, entre las cuales destacan, la acción de nulidad de cláusulas abusivas y la acción de grupo, antecedente directo de la acción colectiva, dichos mecanismos cumplen con la finalidad del artículo 17 constitucional, pues garantizan un efectivo acceso a la justicia.

En ese sentido, los principios *in dubio pro actione* que consiste en facilitar el acceso a la justicia y *favor debilis*, referente a favorecer a quien se halla en condiciones de inferioridad por falta de información respecto a la producción de los bienes que se comercializan, permean las relaciones de consumo.

Asimismo, el artículo 28 constitucional establece un régimen jurídico para proteger a los consumidores en contra de la publicidad engañosa y abusiva. Además, la Ley Federal del Consumidor, en su artículo 32 regula la publicidad engañosa y se actualiza cuando la información induce o puede inducir a error o confusión al consumidor por ser: inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa. En ese tenor, la publicidad tiene como finalidad dar a conocer un determinado bien, producto o servicio al consumidor a través de información veraz, comprobable y exenta de descripciones.

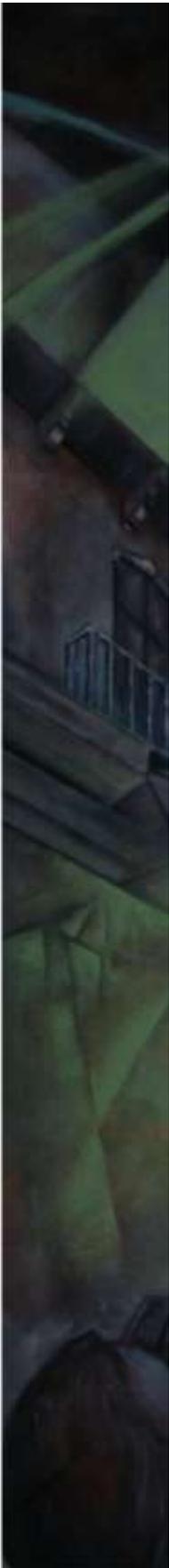
Por lo tanto, la Sala indicó que, la finalidad de dicho precepto de conformidad con el artículo 28 de la Constitución es evitar que se induzca al error o confusión al consumidor por ser la publicidad o información engañosa o abusiva. De esta manera, la PROFECO puede iniciar dos procedimientos para proteger los derechos de los consumidores: El primero, en sede administrativa, en donde tiene facultades para iniciar el procedimiento administrativo tendente a verificar y ordenar el cumplimiento de las obligaciones que establece la Ley en materia de información y publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma; por otra parte, en sede judicial, tiene facultad para representar individualmente o en grupo a los consumidores afectados ante las autoridades jurisdiccionales.

Se especificó que, el objeto de la acción de grupo es que el órgano jurisdiccional dicte una sentencia que declare que uno o varios proveedores han ocasionado daños o perjuicios a los consumidores, y en consecuencia, obtengan una efectiva reparación de los daños causados.

Así las cosas, la PROFECO previo trámite del procedimiento en sede administrativa, inició una acción de grupo en sede judicial como representante de una colectividad de consumidores afectados, sin embargo, al haberse desestimado sus pretensiones, tanto en primera como en segunda instancia, por considerarse que el material probatorio no acreditaba que la publicidad difundida por el proveedor fuera engañosa y al haberse negado el amparo directo sin atender al marco constitucional y legal respectivo, la Primera Sala analizó a quién le corresponde la carga de la prueba.

Conforme a lo anterior, la Sala determinó que, cuando se trata de la afectación de derechos de los consumidores que aducen que la publicidad o información difundida por el proveedor es engañosa, se debe tomar en cuenta que dicho grupo no cuenta con la información ni aptitudes técnicas y científicas para aportar elementos de prueba que demuestren que no se cumple con las características que exige la propia ley.

Se puntualizó que, exigir a los consumidores que aporten pruebas irrefutables que demuestren que la información es inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa haría nugatorio su derecho al acceso a la justicia, pues nadie puede conocer mejor que el proveedor el proceso de producción del bien que comercializa; consecuentemente, el proveedor es al que le corresponde desvirtuar los indicios



aportados por los consumidores y comprobar que la información no actualiza las características de la publicidad engañosa, así pues, tiene la obligación de entregar el bien de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor.

Para finalizar, se indicó que, toda vez que el Tribunal Colegiado no tomó en cuenta la naturaleza de la acción de grupo promovida, ni el principio *favor debilis* en relación con el artículo 17 constitucional, lo procedente era, en materia de la revisión revocar la sentencia recurrida y devolver los autos, para que el tribunal se avoque de nueva cuenta al estudio de la legalidad de la resolución, a efecto de salvaguardar los derechos previstos en la parte final, del tercer párrafo, del artículo 28 constitucional, en relación con el capítulo III de la Ley Federal del Consumidor.

Votación:

Unanimidad de cinco votos de los señores Ministros a favor del proyecto, en el sentido de revocar la sentencia recurrida, así como devolver los autos al Tribunal Colegiado de origen. El señor Ministro Arturo Zaldívar Lelo de Larrea se reservó su derecho de formular voto concurrente.

Suprema Corte de Justicia de la Nación

Dirección General de Casas de la Cultura Jurídica

Unidad de Crónicas

16 de Septiembre No. 38, Mezzanine, Col. Centro, C. P. 06000,
México, D. F., México