

Capítulo 1

Derechos humanos y derechos de los consumidores: Una relación fundamental

Fharide Acosta Malacón¹

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE26001852>



¹ Licenciada en Derecho y Maestra en Derecho Corporativo por la Universidad de Guadalajara, Doctora en Derecho Procesal por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Profesora e Investigadora de Tiempo Completo en el Centro Universitario de Tonalá de la Universidad de Guadalajara.

Resumen

Vivimos en sociedades donde el consumo de bienes y servicios es una actividad diaria y esencial. Sin embargo, pocas veces reflexionamos que, en cada acto de consumo, están en juego derechos humanos básicos: nuestra vida, nuestra salud y nuestra dignidad. Con la evolución de la sociedad, ahora resulta indispensable consumir productos para poder encajar en grupos sociales o agradar a cierto tipo de personas y poder ser incluidos en un mundo que muchas veces resulta banal y vacío.

No se puede hablar del derecho a la salud si los productos que consumimos son inseguros. No se puede ejercer el derecho a la información si la publicidad es engañosa. No se respeta la dignidad humana cuando un consumidor es víctima de prácticas abusivas. Proteger los derechos del consumidor es proteger la vida, la integridad, la información y la libertad de todas las personas. La era digital ha traído prácticas de publicidad invasiva, ofertas fraudulentas y vulneraciones masivas de privacidad. Hoy quiero hablarles sobre cómo los derechos de los consumidores no son ajenos a la protección de los derechos humanos, sino que son una expresión concreta de ellos en nuestra vida cotidiana.

I. Introducción

De acuerdo con la definición que establece la CNDH, los derechos humanos son el conjunto de prerrogativas sustentadas en la dignidad humana, cuya realización efectiva resulta indispensable para el desarrollo integral de la persona. Este conjunto de prerrogativas se encuentra establecido dentro del orden jurídico nacional, en nuestra Constitución Política, tratados internacionales y las leyes.²

² Comisión Nacional de Derechos Humanos, CNDH. ¿Qué son los derechos humanos? URL: <https://www.cndh.org.mx/derechos-humanos/que-son-los-derechos-humanos>

Como podemos ver, los derechos humanos son los derechos que se nos reconocen y que nos protegen dentro de la sociedad, con el fin de que se realicen algunas cosas y se impidan algunas otras, existiendo mecanismos de defensa para cuando estos derechos no se cumplan, no se respeten o se violenten.

Ahora, hablando de la protección al consumidor, antes del siglo XX, esta era casi inexistente, ya que sabemos que la relación que existía entre vendedor y comprador funcionaba a través del principio de “caveat emptor”, cuyo significado es: “Sin garantía, el comprador debe asumir el riesgo”. Esta relación de vendedor y comprador era muy sencilla; bastaba saber que ambos se encontraban en las mismas circunstancias. Sin embargo, al llegar la época moderna, se tuvo en cuenta que el comprador siempre se encontraba en desventaja, y es cuando surgen todas las regulaciones para protegerlos en temas de algún tipo de fraude, publicidad engañosa, productos defectuosos e incluso productos que los pongan en riesgo.

En el año 1962, aprovechando que los movimientos de defensa del consumidor comienzan a consolidarse, surge un hecho que marca los derechos de los consumidores: el presidente de Estados Unidos, John F. Kennedy, durante un discurso ante el Congreso, proclama los cuatro derechos básicos de los consumidores:

1. Derecho a la seguridad;
2. Derecho a ser informado;
3. Derecho a elegir; y
4. Derecho a ser escuchado.³

Estos derechos son los que marcan las bases de lo que ahora conocemos como los derechos del consumidor. Posteriormente, en el año 1985, la ONU aprueba las directrices para la protección del consumidor y, gracias a estos derechos, cada 15 de marzo se celebra el Día Mundial de los Derechos del Consumidor.

³ Secretaría de Economía, Gobierno de México. Hoy se conmemora el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. URL: <https://www.gob.mx/se/articulos/hoy-se-conmemora-el-dia-mundial-de-los-derechos-del><https://www.gob.mx/se/articulos/hoy-se-conmemora-el-dia-mundial-de-los-derechos-del-consumidor>

Podemos decir que los derechos humanos se han consolidado en este mundo contemporáneo como pilares esenciales para la convivencia social, garantizando la dignidad, la libertad y la igualdad de todas las personas. Sin embargo, si contextualizamos los derechos humanos en el mundo de las sociedades capitalistas y globalizadas, obtenemos una dimensión que muchas veces es subestimada: la protección de los consumidores.

Podemos ser testigos de cómo nuestra vida cotidiana se ve marcada por relaciones de consumo, que van desde la adquisición de bienes que nosotros consideramos como básicos hasta la contratación de servicios que sabemos que son complejos. Por lo tanto, el respeto y garantía de los derechos de los consumidores se vuelve una extensión natural y necesaria de los derechos humanos.

Esta relación no es solo simbólica, sino que responde a una lógica de justicia social y equidad. En este ensayo se analiza cómo los derechos del consumidor se derivan de principios fundamentales de los derechos humanos, tales como el derecho a la vida, el derecho a la salud, a la libertad, a la información y a la seguridad. La comprensión y promoción de esta relación resulta crucial para fortalecer políticas públicas que aseguren no solo mercados más justos, sino también democracias más inclusivas.⁴

Se han ganado múltiples asuntos por el simple hecho de no alertar a los consumidores sobre algún producto, sobre algún ingrediente que este contenga, o incluso sobre la temperatura de algún alimento, lo que lleva a las empresas a incorporar en sus productos advertencias o leyendas sobre el contenido de cada uno de los productos. Por lo tanto, ahora sabemos que los derechos de los consumidores son los derechos que tienen los individuos sobre los productos que compran o adquieren. Vivimos en sociedades donde el consumo de bienes y servicios es una actividad diaria y esencial. Sin embargo, pocas veces reflexionamos que, en cada acto de consumo, están en juego derechos humanos básicos: nuestra vida, nuestra salud, nuestra dignidad.

En este artículo quiero hablarles sobre cómo los derechos de los consumidores no son ajenos a la protección de los derechos humanos, sino que son una expresión concreta de ellos en nuestra vida cotidiana.

⁴ Naciones Unidas, Directrices para la Protección del Consumidor, Resolución 39/248. Asamblea General, 1985.

II. Marco conceptual y orígenes históricos de los derechos del consumidor

Los derechos del consumidor son un conjunto de principios y normas jurídicas que buscan proteger a las personas en su calidad de adquirentes de bienes y servicios frente a prácticas abusivas, engañosas o peligrosas por parte de los proveedores. En su forma moderna, estos derechos emergieron como respuesta a la creciente asimetría entre productores y consumidores, característica del capitalismo industrial.⁵

La historia de la protección al consumidor puede rastrearse desde el derecho romano, que establecía ciertas garantías en las transacciones comerciales. Sin embargo, el impulso definitivo se dio en el siglo XX, especialmente tras la Segunda Guerra Mundial. La Carta de los Derechos del Consumidor proclamada por el presidente estadounidense John F. Kennedy en 1962 es un hito fundacional. En ella se reconocieron cuatro derechos básicos: el derecho a la seguridad, a la información, a elegir y a ser escuchado.⁶

Posteriormente, organismos internacionales como las Naciones Unidas han venido ampliando estos conceptos para consolidarlos. La Resolución 39/248 de la Asamblea General de la ONU en el año de 1985 establece las Directrices para la Protección del Consumidor, reconociendo su relevancia dentro del desarrollo sostenible y los derechos humanos.⁷

Dentro de la introducción ya nos queda claro que los derechos humanos son aquellas garantías inherentes a todas las personas por el simple hecho de serlo. Son universales, inalienables e interdependientes.

Ahora, hablando de derecho de los consumidores, sabemos cuáles son los derechos que tenemos cuando adquirimos algún producto y las repercusiones que este puede llegar a tener en nosotros.

Si retrocedemos en el tiempo, nos damos cuenta de que no existía ningún método de protección a los consumidores, pero con la industrializa-

⁵ Howells, Geraint, Stephen Weatherill, y Hans-W. Micklitz. *Consumer Protection Law*. Aldershot: Ashgate, 2005.

⁶ Kennedy, John F., “Mensaje especial al Congreso sobre la protección de los consumidores”, 15 de marzo de 1962.

⁷ Naciones Unidas, Directrices para la Protección del Consumidor, Resolución 39/248. Asamblea General, 1985.

ción comenzaron a surgir casos como el de la talidomida: fue un fármaco sintetizado en 1953 y comercializado desde 1957 en Alemania y hasta en 50 países, como sedante e hipnótico no barbitúrico. También se indicó para el tratamiento de náuseas y vómitos durante el embarazo. En 1961 se descubrió la asociación de la talidomida con una embriopatía grave.⁸

La talidomida afectaba a los fetos de dos maneras: que la madre tomara el medicamento directamente como sedante o calmante de náuseas o bien que fuera el padre quien lo tomase, ya que la talidomida afectaba al espermatozoide, transmitiendo los efectos nocivos desde el momento de la concepción.

Una vez comprobados los efectos teratogénicos nocivos del medicamento (que provocaban malformaciones congénitas) descubiertos inicialmente por el doctor Widukind Lenz y su compañero de la Clínica Universitaria de Hamburgo, el español Claus Knapp,⁹ este fue retirado en los países donde había sido comercializado bajo diferentes nombres. España fue de los últimos, pues lo retiró en 1963.¹⁰

Este medicamento causó malformaciones congénitas, y fue un hecho que marcó la historia y mostró la necesidad de una regulación.

Casos como el anteriormente mencionado son lo que genera que los derechos de los consumidores sean reconocidos de manera formal en la Declaración de los Principios para la Protección de los Consumidores de Naciones Unidas (1985); estos buscan asegurar que las personas sean tratadas con respeto y equidad en los mercados de consumo. En esta Declaración se pueden encontrar las normas que sirven como base para que los gobiernos desarrollen políticas y leyes de protección del consumidor.

⁸ Pediatría Integral. URL: <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2022-06/historia-de-la-medicina-y-la-pediatria-enfermedades-pediatricas-que-han-pasado-a-la-historia-10-sindrome-de-la-talidomida-descubrimiento-tragedia-y-ensenanzas/> (Consulta: 12/11/2025).

⁹ De Benito, Emilio. «El detective de la talidomida». El País, 19 de octubre de 2013. URL: https://elpais.com/sociedad/2013/10/18/actualidad/1382124838_004545.html

¹⁰ Arnáiz, Ángel. «Los hijos de la talidomida en Galicia siguen esperando una compensación» Archivado el 13 de agosto de 2014 en Wayback Machine.. El Correo Gallego, 10 de julio de 2010. URL: <https://www.elcorreogallego.es/galicia/2010/07/10/hijos-talidomida-galicia-siguen-esperando-110978331.html>

Algunos de los principios clave de esta Declaración, son los siguientes:

- ***Derecho a la información:***
Los consumidores deben tener acceso a información clara, precisa y oportuna sobre los productos y servicios que desean adquirir.
- ***Derecho a la educación:***
La educación del consumidor es crucial para que pueda ejercer sus derechos y tomar decisiones informadas.
- ***Derecho a la elección:***
Los consumidores deben tener la libertad de elegir entre diferentes productos y servicios, sin presiones o condiciones injustas.
- ***Derecho a la seguridad y calidad:***
Los productos y servicios deben ser seguros y de calidad, y deben cumplir con las normas y regulaciones vigentes.
- ***Derecho a la justicia y equidad:***
Los consumidores deben ser tratados con justicia y equidad en las transacciones comerciales.
- ***Derecho a la reparación:***
En caso de que un producto o servicio sea defectuoso o no cumpla con las expectativas, los consumidores deben tener derecho a la reparación, reemplazo o reembolso.
- ***Derecho a la protección de los intereses económicos:***
Los consumidores deben estar protegidos contra prácticas comerciales desleales y abusivas que puedan afectar sus intereses económicos.¹¹

III. Relación entre derechos humanos y derechos de los consumidores

En términos generales, podemos decir que los derechos humanos representan garantías que son inherentes a todas las personas, mientras que los derechos del consumidor representan su aplicación específica en el ámbito del mercado, de las ventas.

No se puede hablar del derecho a la salud si los productos que consumimos son inseguros. No se puede ejercer el derecho a la información

¹¹ Declaración de los Principios para la Protección de los Consumidores de Naciones Unidas (1985).

si la publicidad es engañosa. No se respeta la dignidad humana cuando un consumidor es víctima de prácticas abusivas. Proteger los derechos del consumidor es proteger la vida, la integridad, la información y la libertad de todas las personas.

El derecho a la vida y a la salud, por ejemplo, encuentra una expresión directa en el derecho del consumidor ligado a su seguridad, que exige que los productos no sean nocivos ni representen un peligro para la integridad física de quienes los adquieren.¹²

De igual manera, el derecho a la información se traduce en la obligación de los proveedores de ofrecer datos verídicos, completos y comprensibles sobre los bienes y servicios.

Asimismo, podemos relacionar lo que es el derecho a la no discriminación al verse reflejado en la necesidad de evitar prácticas comerciales que marginen o excluyan a determinados grupos de la población, ya que la libertad de elección y la participación ciudadana también encuentran ecos y repercusiones en el derecho a elegir productos y servicios de calidad, así como su derecho a ser escuchado mediante mecanismos de reclamación que sean eficaces y que lleven a una solución.¹³

III. Principales derechos de los consumidores

Ahora, debemos conocer cuáles son nuestros derechos como consumidores con el fin de que estos no se vean vulnerados. De acuerdo con la Procuraduría Federal del Consumidor, existen siete derechos básicos para el consumidor:

1. *Derecho a la información.* Toda la información de los bienes y servicios que te ofrezcan debe ser oportuna, completa, clara y veraz.
2. *Derecho a la educación.* Es importante conocer tus derechos y la forma en que te protege la ley para aprender a consumir mejor y de manera más inteligente.
3. *Derecho a elegir.* Al escoger un producto o servicio, nadie te puede presionar, condicionar la venta, exigir pagos o anticipos sin que hayas firmado un contrato.

¹² Comisión Nacional de los Derechos Humanos. *Los derechos del consumidor y su relación con los derechos humanos*. México: CNDH, 2017.

¹³ OECD. *Consumer Policy Toolkit*. París: OECD Publishing, 2010.

4. *Derecho a la seguridad y calidad.* Los bienes y servicios deben cumplir con las normas y disposiciones en materia de seguridad y calidad.
5. *Derecho a no ser discriminados.* Nadie te puede negar un producto o servicio por tu sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad, orientación sexual, ni por tener alguna discapacidad.
6. *Derecho a la compensación.* Si te venden un producto de mala calidad, tienes derecho a que se te reponga o a que te devuelvan tu dinero y, en su caso, a una bonificación no menor al 20 % del precio pagado.
7. *Derecho a la protección.* Cuando algún proveedor no respete tus derechos o cometa abusos en contra de los consumidores, Profeco salvaguarda tus derechos y te defiende.

Ahora, de acuerdo con las Directrices de la ONU y las legislaciones nacionales, los derechos fundamentales del consumidor comprenden los siguientes derechos:

1. Derecho a la seguridad: protección contra productos y servicios peligrosos.
2. Derecho a la información: acceso a datos veraces sobre bienes y servicios.
3. Derecho a elegir: posibilidad de seleccionar entre diversas opciones con libertad.
4. Derecho a ser escuchado: acceso a mecanismos de queja y reparación.
5. Derecho a la educación del consumidor: formación para decisiones informadas.
6. Derecho a un ambiente saludable: protección contra prácticas contaminantes.
7. Derecho a la satisfacción de necesidades básicas: acceso a bienes esenciales.
8. Derecho a la compensación: reparación de daños causados por productos o servicios defectuosos.

Cada uno de estos derechos busca equilibrar la relación desigual entre proveedores y consumidores, empoderando a estos últimos para actuar de manera consciente y autónoma.¹⁴

¹⁴ UNCTAD. *Manual on Consumer Protection*. Naciones Unidas, 2016.

IV. Retos actuales

Hoy enfrentamos nuevos desafíos en el tema de los derechos de los consumidores. La globalización económica ha multiplicado las transacciones transfronterizas, lo que ha venido a dificultar la aplicación de las normas nacionales. Asimismo, la era digital ha traído prácticas de publicidad invasiva, la cual es dirigida mediante algoritmos, ofertas fraudulentas y vulneraciones masivas de privacidad, generando riesgos de phishing, de robo de identidad, de vulneración de nuestros datos personales, de falta de transparencia en contratos digitales, plataformas sin mecanismos claros de resolución de conflictos y con mecanismos de reparación que resultan ineficientes.

Otro reto que resulta muy importante es el uso masivo de los datos personales, lo que representa una exigencia de protección en cuanto al derecho a la privacidad. El sobreendeudamiento provocado por prácticas de crédito irresponsable también pone en riesgo los derechos económicos de las personas, aunado al tema relacionado con el extremadamente fácil acceso que se nos da en materia de créditos y pagos diferidos, que ha traído como consecuencia la creación de ciclos de deuda que afectan el derecho a la estabilidad económica y que pueden derivar en problemas de salud mental, sin dejar de lado que las prácticas en temas de sostenibilidad y derechos del medio ambiente son obsoletas.

Finalmente, el cambio climático nos obliga a repensar nuestros patrones de consumo hacia modelos más responsables y sostenibles, ya que el consumo masivo afecta el medio ambiente, por lo que se requiere fomentar el consumo responsable, a través de productos ecológicos, y sobre todo de cadenas éticas de suministro.

V. Conclusiones

Si reflexionamos sobre los derechos de los consumidores, no podemos hacerlo sin pensar en los derechos humanos. A través de este análisis, hemos comprobado que el acto de consumir no es solo una transacción económica; es una práctica cotidiana que implica directamente el ejercicio de prerrogativas fundamentales como la vida, la salud, la dignidad, la seguridad y la libertad.¹⁵

Esta relación entre los derechos humanos y los derechos de los consumidores nos exige repensar nuestras estructuras jurídicas, sociales y económicas, reconociendo que el respeto al consumidor es una manifestación concreta del respeto por la persona humana.¹⁶

En primer lugar, se ha destacado que los derechos del consumidor nacen como una respuesta a la asimetría creciente entre consumidores y productores, producto del auge industrial y capitalista del siglo XX.¹⁷ Aquellos tiempos en que la compraventa se regía por el principio de *caveat emptor*. Hoy por hoy, el consumidor ya es reconocido como un sujeto vulnerable que requiere una protección de forma específica frente a cualquier tipo de prácticas abusivas, información falsa o productos inseguros.

Este cambio de paradigma no solo obedece a razones de justicia contractual, sino que responde a un imperativo ético y político: garantizar que la actividad económica respete los derechos fundamentales.¹⁸

De esta forma, es como los derechos del consumidor se inscriben dentro de la lógica de los derechos humanos. El derecho a la salud, por ejemplo, se ve amenazado cuando los productos alimenticios, farmacéuticos o tecnológicos no cumplen con estándares mínimos de seguridad, trayendo como consecuencia que el derecho a la información se torne falaz si el consumidor no cuenta con datos que sean tanto verídicos como comprensibles sobre los bienes y servicios que adquiere; por lo tanto, con estas acciones, el derecho a la dignidad se ve menospreciado, ya

¹⁵ Naciones Unidas, *Directrices para la protección del consumidor*, ONU, 1985.

¹⁶ Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), “¿Qué son los derechos humanos?”, cndh.org.mx.

¹⁷ Norberto Bobbio, *La era de los derechos* (Madrid: Sistema, 1991), 37.

¹⁸ Amartya Sen, *Desarrollo y libertad* (Madrid: Planeta, 2000), 36.

que las personas son sometidas a discriminación, incluyendo presiones comerciales indebidas o también prácticas desleales por parte de empresas y de los proveedores.

Por lo tanto, la defensa de los derechos del consumidor es inherente a los derechos humanos, ya que no solo se trata de normar las relaciones de tipo mercantil, sino de proteger a las personas ante el poder que tienen los mercados, de tal forma que ya existen documentos, tanto nacionales como internacionales, en los cuales se habla de esta protección.

Las Directrices de la ONU en cuanto a la Protección del Consumidor, del año 1985, son un referente clave en esta materia de derechos de los consumidores, ya que integran estos derechos como una mirada de la justicia social, del desarrollo sostenible y sobre todo de la equidad, sin dejar por alto los instrumentos nacionales emitidos por la Procuraduría Federal del Consumidor en México, los cuales han traducido estos principios en medidas legales concretas, que otorgan a los consumidores herramientas de defensa eficaces.

Además de lo mencionado anteriormente, se ha evidenciado que estos derechos no son estáticos ni limitados a un contexto histórico específico. Por el contrario, se han venido ampliando y actualizando de forma simultánea y coincidiendo con los grandes cambios sociales, económicos y sobre todo los tecnológicos. En la actualidad, los consumidores enfrentan nuevos desafíos vinculados a la digitalización, la globalización y la crisis climática. La era digital, por ejemplo, ha traído consigo no solo oportunidades de acceso y diversidad de bienes, sino también riesgos sustanciales como el robo de datos personales, la publicidad dirigida mediante algoritmos, el sobreendeudamiento por créditos rápidos y engañosos, y la opacidad de los contratos digitales. Todo esto amenaza directamente el derecho a la privacidad, a la seguridad económica y a la autodeterminación.

Sin embargo, aunado a lo anterior, el consumismo desmedido ha sido clave para la consecuencia del deterioro ambiental que no solo afecta a las generaciones presentes, sino también a las futuras, posicionando al consumismo como una práctica que es utilizada y llevada a cabo por la mayoría de las personas que integran nuestra sociedad. En este sentido, el consumo responsable y sostenible se presenta como una nueva dimensión

de los derechos del consumidor, que, si la relacionamos con el derecho a un medio ambiente sano y con el principio de intergeneracionalidad propio de los derechos humanos, lograríamos que los gobiernos fomenten la producción de productos ecológicos, que sean amigables con el medio ambiente, y generando que la producción de estos productos se realice de forma ética, para que de esta forma se pueda lograr la reducción del consumo innecesario para los ciudadanos.

Por lo que, si queremos lograr esto, es fundamental promover una educación para el consumo que no solo informe sobre los derechos legales que amparan al consumidor, sino que también forme conciencia crítica sobre las implicaciones sociales, ambientales y económicas del consumo.¹⁹

Al lograr impulsar este tipo de actividad, estaríamos diciendo que la educación logrará convertirse en una herramienta emancipadora que permita a los individuos tomar decisiones informadas, éticas y sostenibles, actuando, así, como agentes de cambio en un mercado que debe humanizarse y democratizarse.²⁰

Aunado a lo anterior, se requiere fortalecer los mecanismos institucionales de protección y reparación. La mayoría de las veces, los consumidores desconocen cuáles son sus derechos o, en muchos casos, llegan a enfrentar grandes obstáculos para poder hacerlos valer, dentro de los cuales se incluye la falta de información, los procesos burocráticos o el miedo a que tomen represalias. Y es justo en donde el Gobierno, a través de las instituciones que están encargadas de proteger a los consumidores, debe asumir responsabilidad en el tema de garantizar la justicia, no solo de tomar el papel como el de simular regular los mercados, sino siendo justo con todos los consumidores y cumpliendo con la defensa de la dignidad de las personas.

Pero no solo es responsabilidad de los Gobiernos; también en lo que respecta al sector privado, estos tienen una responsabilidad que no se puede obviar, ya que también deben cumplir con el respeto y la promoción de los derechos del consumidor. Al implementar políticas internas que impliquen el respeto y la defensa de los derechos humanos, estarían

¹⁹ UNESCO, *Educación para el desarrollo sostenible*, 2020.

²⁰ Martha Nussbaum, *Las fronteras de la justicia* (Barcelona: Paidós, 2007).

cumpliendo con la ética empresarial, logrando que estas prácticas estén presentes en todo momento, y con esta implementación se crearían mecanismos que impliquen compromisos con la sostenibilidad a través de prácticas de transparencia comercial. Pudiendo decir que al fin el beneficio de carácter económico no estará antes que el respeto de los derechos fundamentales.

Resumiendo, los derechos del consumidor no son derechos de segunda categoría, sino por el contrario, son manifestaciones que se consideran concretas de los derechos humanos en uno de los ámbitos más cotidianos y universales de la vida moderna: el consumo.²¹

Reconocer esta conexión implica transformar la forma en la que concebimos tanto el mercado como el Estado y como a la ciudadanía. El consumidor es, antes que nada, una persona, y como tal, merece respeto, protección y empoderamiento.

Los derechos de los consumidores son, en esencia, derechos humanos aplicados al mercado, son una extensión natural de estos derechos en el tema económico. No son un lujo ni una concesión: son una necesidad para una vida digna en sociedades justas.

Defender los derechos de los consumidores es defendernos a nosotros mismos, como ciudadanos y como seres humanos.

Al reconocer este tipo de derechos estamos contribuyendo a fortalecer la dignidad individual y la equidad social. Actualmente, vivimos en una sociedad en la cual las plataformas digitales y las tecnologías nos impulsan a ser un mundo interconectado y digitalizado, por lo que es de suma importancia reforzar la legislación, instar a la educación formando personas más conscientes sobre sus consumos y a través de la vigilancia para garantizar una cultura de consumo justa, transparente y sostenible.

No se debe pasar por alto que, en países en desarrollo, la falta de información, la baja alfabetización digital y la debilidad institucional agravan la vulnerabilidad del consumidor. La necesidad de armonización normativa, cooperación internacional y fortalecimiento institucional se vuelve imperativa para enfrentar estos desafíos.²²

La consolidación de una sociedad verdaderamente democrática y justa pasa, en buena medida, por la garantía efectiva de los derechos de

²¹ Bobbio, N. *La era de los derechos*, 45.

²² Sen, Amartya. *Desarrollo y libertad*. Madrid: Planeta, 2000.

los consumidores. Solo así podremos construir economías al servicio de las personas, y no personas al servicio de la economía. Frente a un mundo donde el consumo se ha convertido en identidad y pertenencia, urge volver a poner en el centro al ser humano. Defender los derechos del consumidor es, en última instancia, defender los pilares mismos de nuestra dignidad y nuestra humanidad.

VII. Bibliografía

- Akerlof, George A. "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism." *The Quarterly Journal of Economics* 84, no. 3 (1970): 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>.
- Beales, Howard, Richard Craswell, y Steven C. Salop. "The Efficient Regulation of Consumer Information." *Journal of Law and Economics* 24, no. 3 (1981): 491–539.
- Bobbio, Norberto. *La era de los derechos*. Madrid: Sistema, 1991.
- Bradgate, Robert. *Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory, and Policy in the UK*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Cartwright, Peter. *Consumer Protection in Financial Services*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Comandé, Giovanni. "Consumer Law and Human Rights." *Global Jurist* 5, no. 1 (2005). <https://doi.org/10.2202/1561-5502.1023>.
- Comisión Federal de Comercio (México). *Guía para la Protección del Consumidor*. México: PROFECO, 2020.
- Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS). "Seguridad del consumidor." Última modificación 2023. <https://www.gob.mx/cofepris>.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). "¿Qué son los derechos humanos?" Accedido el 27 de junio de 2025. <https://www.cndh.org.mx>.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). *Los derechos del consumidor y su relación con los derechos humanos*. México: CNDH, 2017.

- Declaración de los Principios para la Protección de los Consumidores de Naciones Unidas. 1985, 1999, 2015.
- Ebers, Martin, Hans Micklitz, y Norbert Reich, eds. *European Consumer Law: Current Issues and Future Perspectives*. Cambridge: Intersentia, 2020.
- "El detective de la talidomida." *El País*. Archivado el 13 de agosto de 2014 en Wayback Machine.
- "Los hijos de la talidomida en Galicia siguen esperando una compensación." *El Correo Gallego*. Archivado el 13 de agosto de 2014 en Wayback Machine.
- Handbook of Research on International Consumer Law*. 2.^a ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2018.
- Howells, Geraint, Iain Ramsay, Thomas Wilhelmsson, y Hans-W. Micklitz. *Consumer Protection Law*. Aldershot: Ashgate, 2005.
- International Organization for Standardization (ISO). *ISO 26000: Guía sobre responsabilidad social*. Ginebra: ISO, 2010.
- Kennedy, John F. "Mensaje especial al Congreso sobre la protección de los consumidores." 15 de marzo de 1962.
- Ley Federal de Protección al Consumidor (México).
- Micklitz, Hans-Wolfgang. *The Politics of Justice in European Private Law: Social Justice, Access Justice, Societal Justice*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.
- Nissenbaum, Helen. *Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2010.
- Nussbaum, Martha. *Las fronteras de la justicia: Consideraciones sobre la exclusión*. Barcelona: Paidós, 2007.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Nueva York: ONU, 2015.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Directrices para la protección del consumidor*. Resolución 39/248 de la Asamblea General. Nueva York: ONU, 1985.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). *Guías de conducta empresarial responsable*. París: OCDE, 2011.
- Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). "Cómo presentar una queja." Última modificación 2022. <https://www.gob.mx/profeco>.

- Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). "Derechos Básicos del Consumidor." Accedido el 27 de junio de 2025. <https://www.gob.mx/profeco>.
- Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). Manual de derechos del consumidor. Ciudad de México: PROFECO, 2022.
- Ramsay, Iain. *Consumer Law and Policy: Text and Materials on Regulating Consumer Markets*. 3.^a ed. Oxford: Hart Publishing, 2012.
- Reich, Norbert. *General Principles of EU Civil Law*. Cambridge: Intersentia, 2014.
- Rott, Peter. "Consumer Protection as a Human Right." *Journal of Consumer Policy* 29, no. 2 (2006): 205–227. <https://doi.org/10.1007/s10603-006-9006-0>.
- Ruggie, John. *Just Business: Multinational Corporations and Human Rights*. New York: W.W. Norton & Company, 2013.
- Sen, Amartya. *Desarrollo y libertad*. Madrid: Planeta, 2000.
- Stiglitz, Joseph E. *El malestar en la globalización*. Madrid: Taurus, 2002.
- Stuyck, Jules. "European Consumer Law after the Treaty of Lisbon." *European Review of Private Law* 18, no. 2 (2010): 367–394.
- Thunberg, Greta. *No One Is Too Small to Make a Difference*. London: Penguin Books, 2019.
- Trigg, Andrew B. *Marxian Reproduction Schema: Money and Aggregate Demand in a Capitalist Economy*. Londres: Routledge, 2006.
- UNCTAD. *Manual on Consumer Protection*. Ginebra: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 2016.
- Unión Europea. *Directiva 2011/83/UE sobre derechos de los consumidores*. 2011.
- Van Loon, Hans. "Consumer Protection in International Private Law." *Recueil des cours de l'Académie de droit international* 267 (1997): 9–282.
- Weatherill, Stephen. *EU Consumer Law and Policy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013.
- Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs, 2019.

