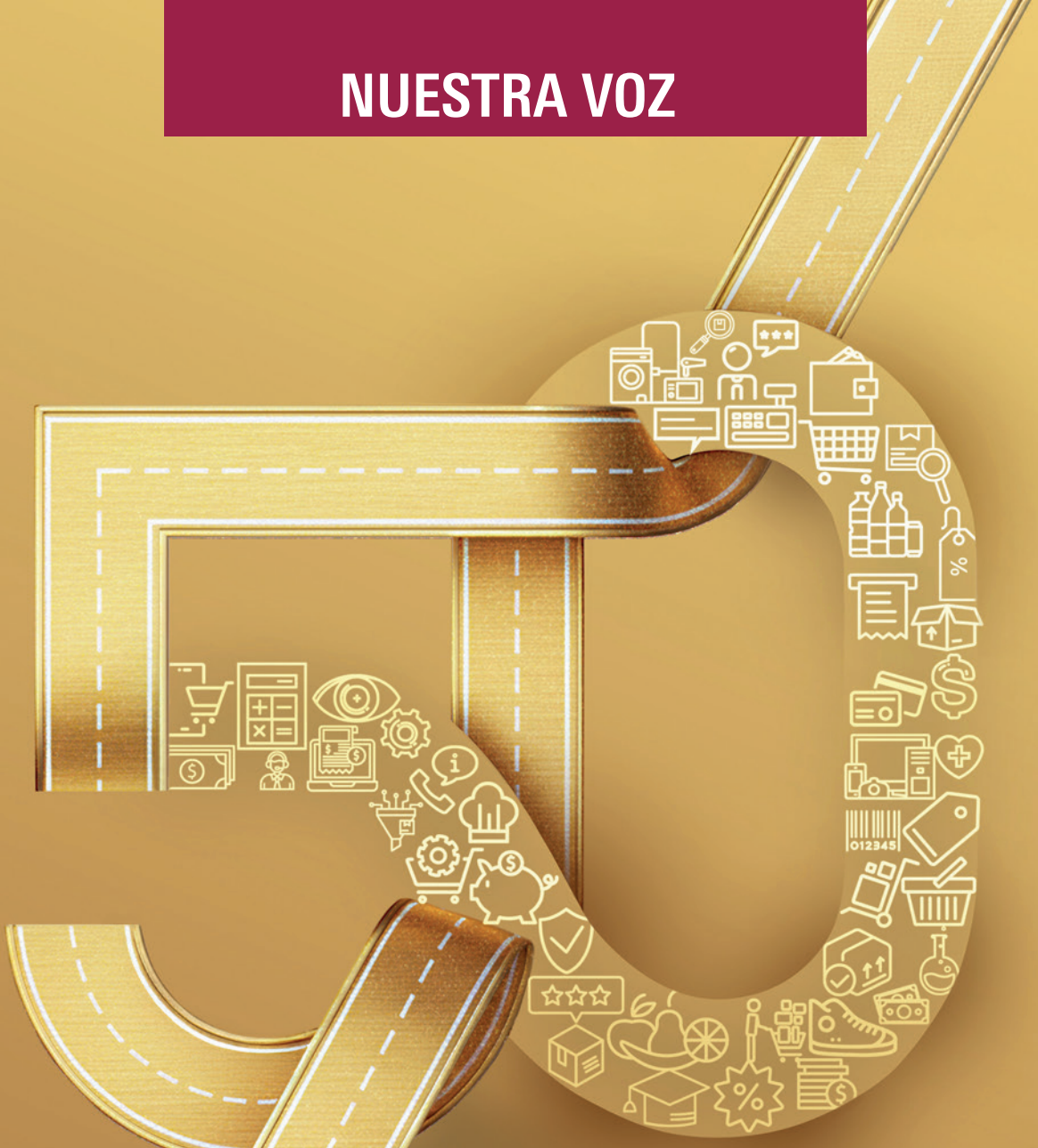


50 años de la Profeco

Un recorrido por un camino que asegura relaciones de consumo transparentes, legales y justas.

En 1975, México enfrentaba un escenario económico complejo, marcado por la inflación y un crecimiento lento. En este contexto surgió la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), la cual este año celebra su 50 aniversario de salvaguardar los derechos de las personas consumidoras, promover una cultura de consumo responsable y garantizar relaciones de consumo justas, transparentes y apegadas a la ley.

Más que una nueva ley

El 22 de diciembre de 1975 se promulgó la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y entró en vigor el 5 de febrero de 1976. Con ella surgieron dos pilares: el Instituto Nacional del Consumidor (Inco) y la Profeco, instituciones que, con la expedición de la nueva ley del 24 de diciembre de 1992, se fusionaron, optimizando recursos y ofreciendo una atención integral a la ciudadanía.

El Inco

Este instituto brindaba información y capacitación para que las personas consumidoras ejercieran sus derechos de manera racional. Su objetivo era empoderar la capacidad de compra y enseñar a identificar prácticas publicitarias abusivas y engañosas. Asimismo, buscaba promover hábitos de consumo que favorecieran el patrimonio familiar, el sano desarrollo y la mejor asignación de los recursos productivos del país.

La Profeco

Por su parte, la misión de la Profeco ha sido representar los intereses de las personas consumidoras, tanto de forma individual como colectiva, ante organismos públicos o privados, proveedores de bienes y prestadores de servicios. También actúa ante autoridades administrativas o jurisdiccionales —esto último mediante el mandato correspondiente— cuando, a juicio de la Procuraduría, la solución pudiera trascender a intereses de grupos.

Dentro de sus facultades destacan ofrecer asesoría gratuita a la población, vigilar el cumplimiento de precios, tarifas anunciadas, normas de calidad, peso y medidas.

La Procuraduría también tiene la atribución de denunciar ante el Ministerio Público o las autoridades correspondientes aquellos hechos que puedan constituir una infracción o delito; combatir prácticas que vulneren los derechos de las personas consumidoras o afecten la economía popular, y gestionar el Registro Público de Contratos de Adhesión.

La Profeco protege y defiende los derechos de las personas consumidoras.



La conciliación, un pilar esencial

Desde su creación, dos objetivos imprescindibles de la Profeco son el proceso de conciliación y su intermediación frente a los proveedores en beneficio de los intereses y derechos de las personas consumidoras.

México fue el primer país en Latinoamérica en crear una Procuraduría del Consumidor y el segundo en contar con una ley en la materia, la cual ya establecía los derechos básicos de las personas consumidoras 10 años antes de que la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas los defendiera en el ámbito internacional.



La Revista del Consumidor

Tras el surgimiento de la Profeco y la promulgación de la LFPC, algunos proveedores mostraron resistencia ante las medidas adoptadas. Para mitigar la incertidumbre, la primera edición de la **Revista del Consumidor**, publicada el 1 de noviembre de 1976, dedicó una página al mensaje "No queremos la guerra, sino la paz".

En aquel formato impreso a blanco y negro, la institución se declaró, mediante la **Revista del Consumidor**, como un instrumento de equilibrio para que existieran equidad y justicia en la relación entre quien compra y quien vende:

> Nosotros queremos ser un instrumento de equilibrio, para que se den la equidad y la justicia en la relación que necesariamente existe entre quien compra y quien vende. [...] Nosotros queremos ejercer un mecanismo de conciliación y no de presión —salvo que esto último resultara inevitable. Nosotros no queremos la guerra. De veras.



La **Revista del Consumidor** se ha consolidado como un referente en la divulgación de información objetiva. A la fecha, se han editado 588 números; aunque su versión impresa fue interrumpida durante cinco años debido a la pandemia de covid-19, ha estado disponible en internet desde 2009 y a partir de 2011 en dispositivos digitales.

En junio de 2025, volvió impresa y, en noviembre de ese mismo año, en el marco del 49 aniversario de la revista, se establece el Consejo Editorial de la **Revista del Consumidor**, que reúne a personas expertas, para fortalecer sus contenidos y hacerlos más cercanos a la población.



Los Estudios de Calidad

Un contenido emblemático en cada edición de la **Revista del Consumidor** son los Estudios de Calidad realizados en los años 70 por personal especializado del Departamento Técnico del Inco y, desde los años 80, por el Centro de Análisis para el Consumo. Los resultados de estas pruebas han orientado a la población a tomar mejores decisiones de compra.

En 1992, el actual Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor tomó la batuta de los Estudios de Calidad y recientemente obtuvo su reacreditación conforme a la norma mexicana NMX-EC-17025-IMNC-2018, *Requisitos generales para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración*, lo que garantiza que sus resultados sean objetivos y confiables.

La Profeco te orienta para tomar mejores decisiones de compra.



Del teléfono a la era digital

El contacto directo con la población ha sido el Teléfono del Consumidor (Telcon), que inició sus operaciones el 5 de febrero de 1980 en apoyo al programa Quién es Quién en los Precios. Con 16 telefonistas, informaba sobre los precios de 40 productos en 31 mercados y cadenas de autoservicio de la Ciudad de México y del área metropolitana.

En 1982, se popularizó su famoso *spot* musical: "Si de precios se quiere enterar, solo un número tiene que marcar: cinco, seis, ocho, ocho, siete, veintidós... Si usted quiere comprar mucho, mejor utilice este servicio, por favor, cinco, seis, ocho, ocho, siete, veintidós".

Con la llegada del internet, se optimizó la atención mediante nuevos canales de comunicación. También se agilizó la asistencia para la población y se crearon herramientas para facilitar el acceso a la información en favor de las personas consumidoras.

Actualmente, el Telcon ofrece asesoría personalizada para que las personas sepan cómo hacer valer sus derechos. Asimismo, se atienden las quejas o denuncias contra los proveedores que incumplen con las disposiciones de la LFPC.

Además, las personas usuarias pueden inscribirse al Registro Público para Evitar Publicidad y resolver inconformidades de manera inmediata con los proveedores registrados en Conciliaexprés.



Oficinas de Defensa del Consumidor

Gracias a la confianza ciudadana, la institución expandió rápidamente su alcance. A solo seis años de su creación, ya contaba con 32 Oficinas de Defensa del Consumidor en las principales ciudades de la República Mexicana. Actualmente, la Profeco cuenta con 38 oficinas que hacen posible llevar a todo el país la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

Asesorías, conciliaciones, investigaciones, análisis, verificaciones, vigilancias y cientos de ediciones de esta revista han marcado cinco décadas de adaptación a nuevos mercados, tecnologías y, desafortunadamente, a nuevas prácticas comerciales abusivas.



Tradición y permanencia

Este medio siglo de labor no sería posible sin las personas servidoras públicas que dan vida a la Profeco. Su trabajo diario permite fortalecer la cultura del consumo responsable y asegurar relaciones de consumo equitativas.

Ellas y ellos son el corazón de esta institución, son el ejemplo de que la experiencia, cuando se acompaña de pasión y compromiso, no envejece, sino que se vuelve tradición y permanencia.

