



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL

T E S I S

QUE PARA OBTENER
EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
HORACIO CALDERON LEON

MEXICO, D. F.

1972



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A LA SEÑORA DOÑA ESTHER LEON DE RANGEL.

+

CON ESTE HUMILDE TRABAJO, RINDO TRIBUTO
A SU GRANDEZA COMO MUJER, PERSONA Y MA-
DRE.

A LA SEÑORA LUCERO S. DE CALDERON.

MI ESPOSA, CON PROFUNDO AGRADECIMIENTO
POR SU APOYO DE SIEMPRE PARA HACER PO-
SIBLE ESTE LOGRO.

A MI HIJA MARCELA .

MOTIVO CONSTANTE DE LUCHA Y SUPERACIÓN.

A MIS HERMANOS IGNACIO, ENRIQUE Y SERGIO.

COMO MUESTRA DE GRATITUD, POR SU ETERNO -
APOYO Y AYUDA DE SIEMPRE PARA LLEGAR A ES
TA ETAPA.

AL SEÑOR LICENCIADO OMAR OLVERA DE LUNA.

COMO TESTIMONIO DE MI ETERNO AGRADECIMIENTO
TO.

AL SEÑOR LICENCIADO ENRIQUE FUENTES LEON.

POR SUS VALIOSOS CONSEJOS PARA FORMAR MI -
CRITERIO COMO PROFESIONISTA.

I N T R O D U C C I O N .

DE DAR UNA SIMPLE LEIDA AL CONTENIDO DEL ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO VIGENTE, SE DESPRENDE CLARAMENTE CUAL VA A SER EL OBJETO A ESTUDIO DE ESTE TRABAJO; COMO -- PUEDE VERSE EL MENCIONADO ARTÍCULO A LA LETRA DICE:

TITULO SEGUNDO.-

"DE LAS OBLIGACIONES COMUNES A TODOS -
LOS QUE PROFESAN EL COMERCIO".

CAPITULO PRIMERO.

DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

ARTÍCULO 17.- LOS COMERCIANTES TIENEN
EL DEBER:

I.- DE PARTICIPAR LA APERTURA DEL ESTABLECIMIENTO O DESPACHO DE SU PROPIEDAD, POR MEDIO DE UNA CIRCULAR DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS EN QUE TENGAN DOMICILIO, SUCURSALES, RELACIONES O CORRESPONSALES MERCANTILES, LA CUAL CONTENDRA: EL NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO O DESPACHO, SU UBICACIÓN Y OBJETO, SI HAY PERSONA ENCARGADA DE SU ADMINISTRACIÓN, SU NOMBRE Y FIRMA, SI HAY COMPAÑÍA, SU NATURALEZA, LA INDICACIÓN DE GERENTE O GERENTES, LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN Y LA PERSONA O PERSONAS AUTORIZADAS PARA USAR -- UNA U OTRA, Y LA DESIGNACIÓN DE LAS CASAS, SUCURSALES O AGENCIAS SI LAS HUBIERE.

II.- DE DAR PARTE TAMBIÉN, POR MEDIO DE CIRCULAR DE LAS MODIFICACIONES QUE SUFRA CUALQUIERA DE LAS CIRCUNSTANCIAS ANTES REFERIDAS.

III.- DE PUBLICAR EN EL PERIÓDICO --
OFICIAL, Y EN SU DEFECTO EN ALGÚN --
OTRO, LAS CIRCULARES QUE DIRIJAN, --
ASÍ COMO EL ESTADO DE LIQUIDACIÓN Y --
LA CLAUSURA DEL ESTABLECIMIENTO O --
DESPACHO. (1)

AHORA BIEN ESTE ARTÍCULO SE ENCUENTRA COMPRENDI
DO, EN EL TÍTULO SEGUNDO DEL CÓDIGO DE COMERCIO, QUE TRA
TA "DE LAS OBLIGACIONES COMUNES A TODOS LOS QUE PROFESAN
EL COMERCIO", ES DECIR DE LAS OBLIGACIONES DE LOS COMER
CIANTES; Y EL CAPÍTULO PRIMERO DE DICHO TÍTULO SE DENOMI
NA PRECISAMENTE "DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL", -
QUE ES EL TÍTULO DE ESTA PRETENDIDA TESIS.

LUEGO EL OBJETO A ESTUDIO DE ESTE TRABAJO LO SE
RÁ PRECISAMENTE EL CONTENIDO DEL ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO -
DE COMERCIO.

ES DECIR QUE EL "ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCAN
TIL", AUNQUE LA MAYORÍA DE LA DOCTRINA POR NO DECIR TODA,
ASÍ COMO LAS LEGISLACIONES PASADA Y VIGENTE, NO DAN UN --
CONCEPTO O DEFINICIÓN ACERCA DE LO QUE DEBE ENTENDERSE --
POR ÉL, PUEDE CONSIDERARSE SEGÚN LO MANIFIESTA EL TRATA--
DISTA PATRICK BISHOP FRANCIS EN SU OBRA, COMO "LA TRAN--
SACCIÓN COMERCIAL QUE IMPLICA EL PAGO DE UNA CANTIDAD A -
LOS EDITORES O EMPRESAS DE RADIO-DIFUSIÓN Y A OTROS ME---
DIOS QUE SE EMPLEAN ...". (2). CON EL OBJETO DE ESTA--

=====

(1) CÓDIGO DE COMERCIO VIGENTE.

(2) PATRICK BISHOP FRANCIS, FUNDAMENTO ECONÓMI
CO DE LA PUBLICIDAD, TRADUCCIÓN RAMÓN VE--
REA, MÉXICO 1949, PÁG. 3 Y 4.

BLEGER UNA, COMO DIJERA EL PENSADOR CERVERA ETHIEL, ---
"... COMUNICACIÓN GRÁFICA, ORAL, OBJETIVA, VISUAL, ETC.,
ETC. ... DE UN PRODUCTO BIEN O SERVICIO". (3)

COMO LO ENTIENDO YO, AL ESTUDIAR LA UBICACIÓN DEL CITADO ARTÍCULO 17, DENTRO DEL CUERPO DE LEYES CITADO EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, ES LA OBLIGACIÓN QUE TIENEN TODOS LOS COMERCIANTES DE DAR A CONOCER, DE PUBLICAR O PARTICIPAR, POR MEDIO DE UNA CIRCULAR, TODO LO CONCERNIENTE A SU ESTABLECIMIENTO O DESPACHO, DESDE LA APERTURA DEL MISMO HASTA SU CLAUSURA O CIERRE, CON TODAS LAS CARACTERÍSTICAS Y GENERALIDADES INHERENTES DEL MISMO, COMO SON PRECISAMENTE DESDE LA APERTURA, GIRO, NOMBRE, DOMICILIO, ETC., PERO NO NADAMÁS AL PÚBLICO EN GENERAL, COMO SE DESPRENDE DE LO ACEVERADO POR LOS AUTORES BISHOP Y CERVERA, SINO COMO QUEDA ASENTADO EN LA FRACCIÓN PRIMERA DEL YA MENCIONADO ARTÍCULO 17, A LOS COMERCIANTES DE OTRAS PLAZAS EN QUE TENGAN DOMICILIO, SUCURSALES, RELACIONES, ETC.

DELIMITADO QUE HA QUEDADO MÁS O MENOS EL OBJETO A DESARROLLAR EN EL PRESENTE TRABAJO, PASAMOS A ENTRAR PROPIAMENTE EN MATERIA.

(3) CERVERA, ETHIEL, PUBLICIDAD LÓGICA, MÉXICO 1967, PÁG. 175.

CAPITULO I.-

LA OBLIGACION DEL COMERCIANTE SOBRE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

COMO QUEDÓ ASENTADO EN LA INTRODUCCIÓN DE ESTE TRABAJO, DE LA UBICACIÓN QUE DENTRO DEL CÓDIGO DE COMERCIO GUARDA NUESTRO REFERIDO ARTÍCULO 17, QUE HABLA DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, ESTE ES UNA OBLIGACIÓN PARA TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE ENCUADREN EN EL DISPOSITIVO, ENTENDIDOS COMO COMERCIANTES.

OBLIGACIÓN EN SU SENTIDO LATO, VIENE A SER, EL VÍNCULO QUE NOS IMPONE LA EJECUCIÓN DE UNA COSA, UNA IMPOSICIÓN, EXIGENCIA MORAL QUE DEBE REGIR LA VOLUNTAD-LIBRE, OBLIGACIÓN MERCANTIL EN SU ASCEPCIÓN JURÍDICO ES AQUELLA QUE TIENE POR OBJETO UNA PRESTACIÓN DE NATURALEZA MERCANTIL, SEGÚN EL DICCIONARIO DE DERECHO DEL MAESTRO RAFAEL DE PINA. (4) Y ESTE CONCEPTO ES EL QUE NOS INTERESA PARA EL OBJETO DE ESTE ESTUDIO.

IGUALMENTE COMERCIANTE EN SU ASCEPCIÓN GENERALIZADA, ES EL QUE COMERCIA, EL QUE SE DEDICA AL COMERCIO, EL VENDEDOR, NEGOCIANTE, TENDERO, TRAFICANTE, PERO PARA EL DERECHO, COMERCIANTES ES LA PERSONA FÍSICA QUE REALIZA HABITUALMENTE, CON CARACTER PROFESIONAL, ACTOS DE COMERCIO.

(4) RAFAEL DE PINA, DICCIONARIO DE DERECHO 1965, PÁG. 212.

PERSONA MORAL CONSTITUIDA CONFORME A LA LEGISLACIÓN MERCANTIL, CON EL OBJETO DE REALIZAR ACTOS DE COMERCIO. (5)

AHORA BIEN, EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL ES UNA OBLIGACIÓN, COMO TAL SE ENCUENTRA CONSIGNADA EN LA LEGISLACIÓN MERCANTIL, Y AL RESPECTO, EL TRATADISTA ESPAÑOL BENITO LORENZO NOS ILUSTRA AL MENCIONAR EN SU OBRA, ENTRE LOS CARACTERES INTRINSECOS DEL DERECHO MERCANTIL, LA IMPOSICIÓN DE DETERMINADAS CONDICIONES EN SU DESENVOLVIMIENTO Y QUE "... ESTAS CONDICIONES SON LA LIBERTAD DE LOS MEDIOS ... NECESARIA, PORQUE LAS FORMALIDADES QUE EL DERECHO CIVIL EXIGE DE ORDINARIO SON INCOMPATIBLES CON EL MODO DE SER DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL ..."

LA VERDAD ES QUE NUESTRA LEGISLACIÓN MERCANTIL ACTUAL, CÓDIGO DE COMERCIO, LEY DE CAMARAS DE COMERCIO Y DE INDUSTRIA, ESTATUTOS DE LA CAMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, NO CONTIENEN VERDADERAS OBLIGACIONES, PUES NO EXISTE AL RESPECTO UN VERDADERO ORGANO JURISDICCIONAL, NI SIQUIERA ADMINISTRATIVO, QUE VIGILE EL CUMPLIMIENTO DE DICHAS OBLIGACIONES PARA LOS COMERCIANTES. NO SE ENCUENTRA NI TAN SIQUIERA ENUNCIADO A QUE SANCIONES SE HACE ACREEDOR EL COMERCIANTE QUE SE ABSTENGA DE CUMPLIR CON LOS POSTULADOS DEL ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO.

ESTAMOS CONSCIENTES QUE EXISTE LA OBLIGACIÓN-

=====

(5) RAFAEL DE PINA, OB. CIT. PÁG. 64.

PERO ¿QUIÉN VA A EXIGIR SU CUMPLIMIENTO? ¿CÓMO SE COM--
PRUEBA SI EL COMERCIANTE CUMPLE O NO? ¿QUÉ SANCIONES --
HAY? ¿QUÉN LAS IMPONE?

ES POR ESTO QUE RESULTA INELUDIBLE RELACIONAR
EL TEMA DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, CON EL TEMA
DE LA PUBLICIDAD, CON EL CUAL SE ENCUENTRA CIENTO POR CIENTO
RELACIONADO Y LIGADO.

LLEGANDOSE AL EXTREMO DE CONSIDERAR A LA PU--
BLICIDAD COMO UN GENERO Y EL ANUNCIO COMO LA ESPECIE.

ENTENDIENDOSE QUE ANUNCIAR QUIERE DECIR DAR --
NOTICIA O AVISO DE ALGUNA COSA O SUCESO, O TAMBIÉN SIGNI--
FICA PRONOSTICAR, LUEGO ANUNCIO ES UN AVISO, UN PRONOSTI--
CO: ASIMISMO QUE PUBLICAR QUIERE DECIR HACER PATENTE UNA
COSA, COMUNICARLA, NUESTRO TEMA A DESARROLLAR ES PRECISA--
MENTE EL RELATIVO A LA NOTICIA, COMUNICACIÓN, O AVISO --
QUE TIENE OBLIGACIÓN DE HACER TODO COMERCIANTE, DE SU CA--
LIDAD MERCANTIL: ES DECIR EL CARACTER CON QUE EL COMER--
CIANTE APARECERÁ EN EL EJERCICIO DE SU GIRO COMO TAL, ES
DECIR EN LA REALIZACIÓN DE LOS ACTOS JURÍDICOS QUE VA A--
LLEVAR A CABO, O SEA EL ACTO DE COMERCIO, MISMO QUE ES --
REGULADO POR LA LEGISLACIÓN MERCANTIL.

PARA LLEVAR A CABO LOS DIFERENTES ASPECTOS DE
LA CALIDAD MERCANTIL, A QUE ESTÁ OBLIGADO TODO COMERCIAN--
TE, ESTE SE TIENE QUE AUXILIAR DE LA PUBLICIDAD, SIENDO--
QUE ÉSTA ES MÁS FACIL DE DESCRIBIR QUE DE DEFINIR. (6).
DIREMOS QUE LA PUBLICIDAD MERCANTIL ES EL CONJUNTO DE DA

=====

(6) PATRICK BISHOP FRANCIS, OB. CIT. PÁG. 3.

TOS PUESTOS A LA DISPOSICIÓN DEL CONOCIMIENTO GENERAL, -
DIFUNDIDOS POR CUALQUIERA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN,
CON EL OBJETO DE "INFORMAR Y EN ALGUNOS CASOS, SEGÚN EL-
PENSADOR CERVERA ETHIEL, DE EDUCAR A UN PÚBLICO PRE-DETER-
MINADO CON FINES COMERCIALES" (7), CONSTITUYENDO EN SÍ
UN "TRABAJO NECESARIO Y SUFICIENTE PARA PODER PROVOCAR -
EN LA MULTITUD ACTOS VOLUNTARIOS FIJADOS DE ANTEMANO ---
..." (8), EL ACTO MERCANTIL DENOMINADO LA COMPRAVENTA, -
CREO YO.

PARA PODER DESARROLLAR EL TRABAJO REFERENTE A
EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, COMO YA HA QUEDADO -
MANIFESTADO, SE NECESITA HACER UN PARANGÓN, ENTRE LO QUE
ES EN SÍ EL ANUNCIO POR UN LADO Y LA PUBLICIDAD POR OTRO.
PUES AUNQUE EN EL CONCEPTO DE LO QUE ESTO SUSCRIBE, SON-
AMBAS SEMEJANTES EN CASI SU TOTALIDAD, TAMBIÉN TIENEN DI-
FERENTE CONNOTACIÓN.

POR ESO APARTE DE QUE YA HA QUEDADO ASENTADO -
LO QUE SE ENTIENDE POR ANUNCIAR Y POR PUBLICAR, EN SU --
FORMA GENERALIZADA MÁS O MENOS VULGAR, TRATABEMOS DE HA-
CER UN PEQUEÑO DESARROLLO DE LO QUE ES LA PUBLICIDAD EN-
SÍ, PARA POSTERIORMENTE ENTRESACAR UNA DEFINICIÓN O CON-
CEPTO DE LO QUE ES EL ANUNCIO Y PODER DISTINGUIR DICHO-
CONCEPTOS, PERO DESDE UN PUNTO DE VISTA JURÍDICO.

AL RESPECTO SE HAN DADO INFINIDAD DE DEFINICIO-
NES DE PUBLICIDAD, YA QUE ESTA ES INFINITA EN SU VARIE--
DAD, Y SE ENCUENTRA LIGADA A LA LIBERTAD HUMANA, POR LA-

(7) CERVERA ETHIEL, OB. CIT. PÁG. 24.

(8) BORI RAFAEL Y JOSÉ GARDO, TRATADO COMPLE-
TO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA, TERCERA --
EDICIÓN, BARCELONA ESPAÑA, 1947, PÁG. 2.

INDEPENDENCIA DE EXPRESIÓN Y PROPAGACIÓN DE TODA IDEA -
QUE NO SEA INMORAL Y CONTRARIA AL BIEN PÚBLICO.

LA PUBLICIDAD COMO ARGUMENTO SOCIAL, HAY QUE REVISARLO A LA LUZ DE LA TEORÍA ECONÓMICA, YA QUE COMO ELEMENTO PROMOTOR DE LA PRODUCCIÓN Y EL EMPLEO, LO ES - TAMBIÉN DE PROGRESO Y BIENESTAR. (9). ASÍ, REVISTE UN ASPECTO POLÍTICO.

LA PUBLICIDAD VIENE APAREJADA CON EL DESARROLLO DE LA HUMANIDAD Y DESDE EL INICIO DE ESTA, HABÍA EN ALGUNA FORMA MANIFESTACIÓN DE LO QUE ERA PUBLICIDAD: COMO REFERENCIA DIREMOS QUE EN TIEMPO DE LOS GRIEGOS, HUBO UN ESCLAVO QUE ASESINÓ A UN ILUSTRE GENERAL CON EL SOLO OBJETO DE FIGURAR EN LA HISTORIA.

SE HA DICHO TAMBIÉN QUE LA PUBLICIDAD ES A LA VEZ "UNA CIENCIA Y ARTE, CIENCIA EN SU CONCEPCIÓN, DIAGNÓSTICO Y PRONÓSTICO; ARTE EN SU APLICACIÓN" (10).

EN LA DOCTRINA, NO SE HA DADO A ENTENDER EN FORMA UNIFORME LO QUE ES PUBLICIDAD: UNA AMALGAMA HECHA CON ALGUNAS OPINIONES AL RESPECTO, PODRÍA DARNOS OTRO - CONCEPTO GENÉRICO.

LA PALABRA PUBLICIDAD VIENE DEL LATÍN PUBLICUS PÚBLICO ES, LO NOTORIO, PATENTE, MANIFIESTO, LO VISTO O SABIDO POR TODOS; PUBLICIDAD SIGNIFICA: LA CALIDAD O ESTADO DE LO PÚBLICO.

Y LA DEFINICIÓN QUEDARÍA COMO: "EL METODO Y-ARTE ... ". (11), POR EL CUAL SE PONE "MEDIANTE EL ES-

.....
(9) PATRICK BISHOP FRANCIS, OB. CIT. PÁG. 15.

(10) BORI RAFAEL Y JOSÉ GARDÓ, OB. CIT. PÁG. 2.

(11) BORI RAFAEL Y JOSÉ GARDÓ, OB. CIT. PÁGS. 1 Y 2.

TABLECIMIENTO DE UNA PUBLICACIÓN", (12), PERSUASIVA O INFORMATIVA, EN CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO EN GENERAL UNA "ACCIÓN FINALIZADA Y PLANTEADA, QUE HACE ACEPTAR, CREAR Y PROPAGAR" (13), AL PÚBLICO MISMO, CON EL OBJETO DE QUE ACTÚE O SE INCLINE FAVORABLEMENTE HACIA DETERMINADAS IDEAS, INSTITUCIONES O PERSONAS. (14).

SENTADA QUE HA QUEDADO MÁS O MENOS UNA DEFINICIÓN GENÉRICA DE LO QUE ES PUBLICIDAD EN SENTIDO LATO, TRATAREMOS DE DAR UNA DEFINICIÓN DE LO QUE ES EL ANUNCIO MERCANTIL, PARA DIFERENCIARLA DE LA PUBLICIDAD MERCANTIL TAMBIÉN; ASÍ TENEMOS QUE PUBLICIDAD MERCANTIL ES EL CONJUNTO DE DATOS PUESTOS A LA DISPOSICIÓN DEL CONOCIMIENTO GENERAL, DIFUNDIDOS, POR CUALQUIERA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CON EL OBJETO DE INFORMAR Y EN ALGUNOS CASOS, EDUCAR A UN PÚBLICO PRE-DETERMINADO CON FINES COMERCIALES. (15). CONSTITUYENDO EN SÍ UN "TRABAJO NECESARIO Y SUFICIENTE PARA PODER PROVOCAR EN LA MULTITUD ACTOS VOLUNTARIOS FIJADOS DE ANTEMANO..." (16).

POR ANUNCIO MERCANTIL ENTENDEMOS: "... UNA TRANSACCIÓN COMERCIAL QUE IMPLICA EL PAGO DE UNA CANTIDAD A LOS EDITORES O EMPRESAS DE RADIODIFUSIÓN Y A OTROS MEDIOS QUE SE EMPLEAN ..." (17). CON EL OBJETO DE ESTABLECER UNA "... COMUNICACIÓN GRÁFICA, ORAL, OBJETIVA,

- =====
- (12) CERVERA ETHIEL, OB. CIT. PÁG. 24.
 - (13) BORI RAFAEL Y JOSÉ GARDO, OB. CIT. PÁG. 1.
 - (14) PATRICK BISHOP FRANCIS, OB. CIT. PÁGS. 3 Y 4.
 - (15) CERVERA ETHIEL, OB. CIT. PÁG. 24.
 - (16) BORI RAFAEL Y JOSÉ GARDO, OB. CIT. PÁG. 2.
 - (17) PATRICK BISHOP FRANCIS, OB. CIT. PÁGS. 3 Y 4.

VISUAL, ETC., DE UN PRODUCTO BIEN O SERVICIO". (18).

LA DIFERENCIA QUE SE PODRÍA HACER ENTRE PUBLICIDAD Y ANUNCIO MERCANTILES, SEGÚN LO DICE RAICH, Y ES CITADO POR EL PENSADOR BORI RAFAEL, ESTRIBA EN EL SENTIDO DE QUE LA PRIMERAMENTE NOMBRADA O SEA LA PUBLICIDAD, VA DIRIGIDA HACIA UNA MULTITUD, Y EL OTRO DE LOS NOMBRADOS O SEA "EL ANUNCIO" VA DIRIGIDO HACIA UNA PERSONA, -- AUNQUE SEA EXPUESTO EN UNA FORMA DE QUE SEA VISTO POR MUCHOS ... SI BIEN, EL CONCEPTO DE MULTITUD ... SE REFIERE NATURALMENTE A LA SUMA DE UNIDAD-PERSONA". (19).

AHORA BIEN ENTENDIDOS QUE HAN QUEDADO LOS CONCEPTOS QUE NOS OCUPAN, PASAREMOS A TRATAR DE EXPLICAR LO QUE SIGNIFICA O LO QUE ES LA PUBLICIDAD LEGAL MERCANTIL Y POSTERIORMENTE LO QUE ES O LO QUE SIGNIFICA EL ANUNCIO LEGAL MERCANTIL.

PARA EXPLICAR LA PUBLICIDAD LEGAL MERCANTIL, ES MENESTER QUE QUEDE ASENTADO O ENTENDIDO LO QUE ES MERCANTIL Y LO QUE ES COMERCIO.

MERCANTIL "... LO MISMO QUE MERCADER, MERCADERÍA, MERCANCÍA, MERCADO, ETC., ASÍ COMO SUS EQUIVALENTES LATINOS: MERCATOR, MERCATURA, MERCATUS, MERCATORIUS, ETC. DERIVAN TODOS DE LA PALABRA MERX (MERCADERÍA), QUE SIGNI

=====

(18) CERVERA ETHIEL, OB. CIT. PÁG. 175.

(19) BORI RAFAEL Y JOSÉ GARDÓ, OB. CIT. PÁG. 2.

FICA TODO, LO QUE ES SUCEPTIBLE DE TRÁFICO O COMERCIO, - LUEGO MERCANTIL SEPÁ TODO AQUELLO QUE DICE O SE REFIERE - AL COMERCIO". (20).

COMERCIO, JURIDICAMENTE HABLANDO, ES "UNA IN-- DUSTRIA O PROFESIÓN QUE INTERVIENE ENTRE PRODUCTORES Y - CONSUMIDORES PARA FACILITAR EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS, CON SUJECIÓN A DETERMINADAS REGLAS DE CONVIVENCIA SOCIAL, ENCAMINADAS AL MEJOR CUMPLIMIENTO DEL FIN INDICADO" (21).

PUBLICIDAD LEGAL MERCANTIL, EN CONSECUENCIA SE OBTIENE AL AGREGARLE A LA DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD, LO - QUE SE ENTIENDE POR MERCANTIL, INGREDIENTE SINE QUA NON- DE LO JURÍDICO. ASÍ COMO TAMBIÉN DAR UN CONCEPTO DE LO- QUE ES O LO QUE SIGNIFICA LEGAL, Y VEMOS QUE EL MAESTRO- RAFAEL DE PINA NOS DICE AL RESPECTO QUE ES "LO PRESCRITO POR LA LEY. //LO AJUSTADO A LA LEY. //LO RECTO. (22).

ASÍ LA PUBLICIDAD LEGAL MERCANTIL, ES UNA PRO- TECCIÓN PARA EL COMERCIANTE CON RELACIÓN A UNA POSIBLE - COMPETENCIA DESLEAL, Y COLABORA CON LOS TERCEROS QUE ES- TÁN O PUEDEN ESTAR JURÍDICAMENTE RELACIONADOS CON ELLOS- MISMOS, DESARROLLANDOSE DICHA FUNCIÓN, AL ESTATUIR LA -- LEY COMO DEBER PROFESIONAL PARA EL COMERCIANTE, EL HACER PUBLICAS TODAS LAS ACTITUDES RELACIONADAS CON DICHA PRO- FESIÓN.

ESTO VIENE SIENDO LA OBLIGACIÓN DE LA PUBLICI- DAD LEGAL DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

=====

(20) LORENZO BENITO, OB. CIT. PÁG. 14.

(21) LORENZO BENITO, OB. CIT. PÁG. 20.

(22) DE PINA RAFAEL, OB. CIT. PÁG. 183.

POR LO QUE HACE AL ANUNCIO LEGAL MERCANTIL, DIREMOS, COMO YA QUEDÓ ASENTADO ANTERIORMENTE, QUE NO HAY UN CONCEPTO O DEFINICIÓN ACERCA DE LO QUE DEBE ENTENDERSE POR EL ANUNCIO MERCANTIL, QUE NOS HAYA SIDO DADO POR LA DOCTRINA O POR LA LEGISLACIÓN.

PARA EL OBJETO DE ESTE HUMILDE TRABAJO TRATAREMOS DE SEGUIR EL MISMO METODO QUE FUÉ UTILIZADO PARA LOGRAR UN CONCEPTO DE LO QUE ES PUBLICIDAD LEGAL MERCANTIL, ES DECIR PREVIO CONCEPTO O DEFINICIÓN GENÉRICA DE LO QUE SE ENTIENDE POR ANUNCIO, AÑADIENDOLE LO QUE SE ENTIENDE POR MERCANTIL Y NATURALMENTE EL INGREDIENTE JURÍDICO; HACIENDO LA OBSERVACIÓN QUE SE HIZO ANTERIORMENTE RESPECTO DE QUE LA PUBLICIDAD POR MOTIVO DE LA ÍNTIMA LIGA QUE TIENE CON EL ANUNCIO, VIENE A SER UN CONCEPTO GENÉRICO QUE PARA SU DESENVOLVIMIENTO NECESITA VARIOS MEDIOS, ENTRE LOS QUE SE MENCIONA EL ANUNCIO EN SÍ: ES DECIR QUEREMOS DAR A ENTENDER QUE TÉCNICAMENTE HABLANDO, LA PUBLICIDAD ES EL GENERO Y EL ANUNCIO ES LA ESPECIE, Y QUE TAMBIÉN LA PRIMERA ES EL CONTENIDO Y EL SEGUNDO ES LA FORMA O CONDUCTO POR EL CUAL SE DESARROLLA ESE CONTENIDO.

CON LA ACLARACIÓN ANTERIOR Y A SABIENDAS DE QUE ANTERIORMENTE HEMOS DADO UNA IDEA DE LO QUE SE ENTIENDE POR ANUNCIO Y POR MERCANTIL, PODEMOS DECIR QUE EL ANUNCIO MERCANTIL, DESDE EL PUNTO DE VISTA LEGAL, VIENE A SER UNA TRANSACCIÓN COMERCIAL QUE IMPLICA EL PAGO DE UNA CANTIDAD A LOS EDITORES, EMPRESAS DE RADIO DIFUSIÓN Y A OTROS MEDIOS, QUE SE EMPLEAN CON EL OBJETO DE ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN GRÁFICA, ORAL, OBJETIVA, ETC., DE UN PRODUCTO BIEN O SERVICIO, Y DE LAS CARACTERISTICAS GENERALES DE DI

CHO COMERCIANTE A LAS PERSONAS QUE ESTÁN RELACIONADAS O PUEDAN ESTARLO, CON TODO AQUELLO QUE SE DICE O SE REFIERE AL COMERCIO DE QUE SE TRATA, PRESCRITO Y SANCIONADO POR UN ORDENAMIENTO QUE LLENA LOS CARACTERES DE LEY.

LO ANTERIOR PROPIAMENTE DICHO, ES LO QUE SIENE A SER "LA OBLIGACION DEL ANUNCIO, DE LA CANTIDAD MERCANTIL".

CAPITULO 11.-

NACIMIENTO DE LA OBLIGACION DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

LA OBLIGACIÓN DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, NACE COMO TAL PARA LOS COMERCIANTES, CON LA APERTURA DE UN NEGOCIO MERCANTIL, ES DECIR UNA VEZ QUE HAYA -- CUMPLIDO CON TODOS LOS TRÁMITES Y REQUISITOS INDISPENSABLES PARA VER LA REALIDAD JURÍDICA, PARA NACER A LA VIDA JURÍDICA.

LOS PASOS A SEGUIR PARA MANIFESTAR LA APERTURA DE UNA NEGOCIACIÓN MERCANTIL DE PERSONA FÍSICA, Y NACER A LA VIDA JURÍDICA SON:

- A) APERTURA DE UN NEGOCIO MERCANTIL, OBLIGACIONES.
 - 1).- EMPADRONAMIENTO.
 - 2).- REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES.
 - 3).- LICENCIA SANITARIA.
 - 4).- LICENCIA NIEVA.
 - 5).- SOLICITUD PARA LA AUTORIZACIÓN DEL LIBRO DE VISITAS.
 - 6).- LICENCIA SANITARIA PERSONAL.
 - 7).- SOLICITUD PARA EL INGRESO A LA CAMARA CO RRESPONDIENTE.
 - 8).- SOLICITUD DE AFILIACIÓN AL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL.
 - 9).- REGISTRARSE EN EL DEPARTAMENTO DE CENSOS.

PARA TAL EFECTO SE DEBERÁN LLENAR LAS FORMAS REQUERIDAS, MISMAS QUE SERÁN ENTREGADAS EN SU RESPECTIVA OFICINA PARA LA CORRESPONDIENTE TRAMITACIÓN.

1).- EMPADRONAMIENTO.

POR LO QUE HACE AL EMPADRONAMIENTO, ESTE ES UN TRÁMITE QUE DEBE LLEVARSE A CABO NECESARIAMENTE ANTE LA TESORERÍA DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL, DICHA FORMA QUE ES COMO LA QUE SE ANEXA A CONTINUACIÓN COMO CUADRO "A", DEBE PRESENTARSE EN LA DIRECCIÓN GENERAL SOBRE IMPUESTOS DE INGRESOS MERCANTILES, DEPARTAMENTO DE EMPADRONAMIENTO, A LA FORMA DE LA SOLICITUD CITADA, DEBERÁ ANEXARSE, EN CASO DE SER ARRENDADOR DEL LOCAL DONDE SE ENCUENTRA EL NEGOCIO, EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO RESPECTIVO; SI SE ES PROPIETARIO DEL LOCAL, ASIENTO DEL NEGOCIO, SE ANEXARÁ LA ÚLTIMA BOLETÁ DEL PAGO PREDIAL.

SOLICITUD DE EMPADRONAMIENTO

IMPUESTO FEDERAL SOBRE INGRESOS MERCANTILES
CAUSANTES HABITUALES

NUMERO DE REGISTRO _____
RESERVADO PARA LA OFICINA DE CONTROL

DIRECCION DEL IMPUESTO SOBRE INGRESOS MERCANTILES

EN CUMPLIMIENTO DE LA LEY FEDERAL DEL IMPUESTO SOBRE INGRESOS MERCANTILES Y PARA LOS EFECTOS DE EMPADRONAMIENTO Y EXPEDICION DE LA CEDULA RESPECTIVA, SE MANIFIESTA LO SIGUIENTE

I - NOMBRE, RAZON SOCIAL Y UBICACION

1. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO _____

2. NOMBRE DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL _____

(PERSONAS FISICAS: NOMBRE O NOMBRES Y APELLIDOS PATERNO Y MATERNO. NOMBRE, APELLIDOS PATERNO Y EL DEL ESPOSO EN CASO DE SER MUJER CASADA. PERSONAS MORALES: RAZON SOCIAL O DENOMINACION CUIDANDO NO OMITIR LA CLASE DE SOCIEDAD.)

3. UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO: _____

(CALLE, AVENIDA, CALZADA, ETC.) (NUM. EXTERIOR) (NUM. INTERIOR) (DELEGACION)

4. UBICACION DE LAS OFICINAS DEL ESTABLECIMIENTO: _____

(CALLE, AVENIDA, CALZADA, ETC.) (NUM. EXTERIOR) (NUM. INTERIOR) (DELEGACION)

II - ANTIGUEDAD DE LA NEGOCIACION

5. SI VIENE OPERANDO CON ANTERIORIDAD AL 16. DE ENERO DE 1948, DIGASE EL AÑO _____

6. SI LA APERTURA O INICIACION DE OPERACIONES ES A PARTIR DEL 16. DE ENERO DE 1948, DIGASE EL DIA, MES Y AÑO _____

III - ACTIVIDAD O GIRO

7. (DIGASE CON LA MAYOR CLARIDAD LA ACTIVIDAD O GIRO. EN CASO DE GIROS O ACTIVIDADES MIXTOS, ANOTESE EN PRIMER LUGAR EL MAS IMPORTANTE. EJEMPLOS: ABARRIOTES Y CANTINA; CANTINA, ROPA Y ABARRIOTES; RESTAURANTE Y CANTINA; ABARRIOTES Y EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES EN BOTELLA CERRADA.)

a). - COMERCIO: _____

8. (INDIQUESE POR ORDEN DECRECIENTE DE IMPORTANCIA EN CUANTO A SU VALOR TOTAL ESTIMATIVO, CINCO DE LOS PRINCIPALES ARTICULOS O MERCANCIAS CON QUE OPERA O TIENE OPERAR.)

b). - INDUSTRIA: _____

9. (INDIQUESE POR ORDEN DECRECIENTE DE IMPORTANCIA EN RELACION CON EL VALOR TOTAL ESTIMATIVO CUALES SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS QUE EXTRAE, TRANSFORMA, BENEFICIA, ELABORA, AMPLIA O ACABA. ASI COMO, EN SU CASO LAS PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS QUE UTILIZA.)

c). - SERVICIOS: _____

10. (INDIQUESE POR ORDEN DECRECIENTE DE IMPORTANCIA, EN RELACION CON SU VALOR TOTAL ESTIMATIVO, LOS PRINCIPALES SERVICIOS QUE PROPORCIONA.)

ESTA SOLICITUD DEBERA ENTREGARSE POR TRIPLICADO

A 26 DE JUNIO DE 1948 DE 19 48

SEÑALO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD COMO DOMICILIO PARA RECIBIR TODA CEASE DE NOTIFICACIONES Y CORRESPONDENCIA EL DE LAS CALLES DE _____

EL CAUSANTE

FIRMA DEL PROPIETARIO O CAUSANTE

2).- REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES.

POR LO QUE HACE A ESTE RESPECTO, TENEMOS QUE TODA EMPRESA O COMERCIANTE INDIVIDUAL, TIENE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA DE CONTRIBUIR CON EL ESTADO, AL MENOS ASÍ LO INDICA LA LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA, EN SU ARTÍCULO TERCERO QUE DICE:

SON SUJETOS DEL IMPUESTO; CUANDO SE COLOQUEN EN ALGUNA DE LAS SITUACIONES PREVISTAS EN ESTA LEY.

FRACCIÓN I. RESPECTO DE TODOS SUS INGRESOS GRAVABLES, CUALQUIERA QUE SEA LA UBICACIÓN DE LA FUENTE DE DONDE PROCEDAN:

A) LAS PERSONAS FÍSICAS Y MORALES DE NACIONALIDAD MEXICANA.

FRACCIÓN III. LAS UNIDADES ECONÓMICAS SIN PERSONALIDAD JURÍDICA, SOLO EN LOS CASOS EN QUE ESTA LEY PREVENGA SE GRAVE EN CONJUNTO EL INGRESO DE LAS MISMAS UNIDADES ECONÓMICAS.

ES DE OBSERVARSE QUE DICHA LEY, VIENE RECONOCIENDO YA UN ENTE ECONÓMICO, AÚN SIN PERSONALIDAD, PERO QUE REALIZÓ ACTIVIDADES ECONÓMICAS, CONSECUENTEMENTE JURÍDICAS, Y ESTE PODRÍA SER EL CASO DE LA EMPRESA CON UN SOLO TITULAR, SOLO FALTARÍA DOTARLA DE PERSONALIDAD.

POR LO QUE HACE AL TRÁMITE DE DICHA OBLIGACIÓN, ESTE SE REALIZA ANTE LA OFICINA FEDERAL DE HACIENDA CORRESPONDIENTE AL LUGAR DE LA UBICACIÓN DEL NEGOCIO. SI EL CAUSANTE ES MENOR, ES DECIR QUE TENGA INGRESOS ANUALES MENORES DE CIENTO CINCUENTA MIL PESOS DEBERÁ PRESENTAR SUS LIBROS DE INGRESOS Y EGRESOS, SI EL CAUSANTE ES MAYOR, CON -

INGRESOS ARRIBA DE CIENTO CINCUENTA MIL PESOS, TIENE LA -
OBLIGACIÓN DE LLEVAR TRES LIBROS.

Lugar para marcar con la máquina registradora o en su caso para anotar el número, fecha e importe del recibo anexo

H.R.F.C.I. 12-676 SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES PERSONAS FÍSICAS (Existen formas especiales para los casos de: "Remuneración del trabajo personal" H.R.F.C.4; "Honorarios de profesionistas, técnicos, artesanos y artistas" H.R.F.C.5; y "Productos o rendimientos del capital" H.R.F.C.6). Número de registro _____	FOLIOS OFH _____ RFC _____ _____ _____
C. _____ FEDERAL DE HACIENDA _____ EN _____	D.D. _____ DETERMINANTE _____

DATOS DEL CAUSANTE

NOMBRE	CALDERÓN <small>Apellido paterno</small>	ISMÍN <small>Apellido materno</small>	MORALES <small>Nombre(s)</small>
FECHA DE NACIMIENTO	Para los efectos de control fiscal las mujeres casadas y las viudas proporcionarán su nombre de soltera, apellido paterno, apellido materno y nombre(s), firmando la solicitud como acostumbramos hacerlo en documentos oficiales.		
LUGAR DE NACIMIENTO	Toluca <small>Lugar</small>	D.F. <small>Entidad Federativa</small>	México <small>País</small>
NACIONALIDAD ACTUAL	Mexicana		
DOMICILIO PARTICULAR	Calle _____ No. _____ Colonia _____ Municipio _____ Estado _____ País _____		

Escriba el nombre completo de la calle, calleada, avenida, etc.; en caso de escritura escríbase el de una sola calle, de preferencia el de aquella en la que la puerta principal este numerada. En localidad escríbase el nombre completo de la ciudad, villa, pueblo, hacienda, rancharo, etc. En caso de estar ubicado en el campo, carretero, camino, etc., proporcione datos suficientes que permitan su fácil localización.

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

UBICACIÓN	Calle _____ <small>Calle</small>	No. _____ <small>Num. y letra exterior</small>	No. _____ <small>Num. y letra interior</small>
CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO A QUE SE REFIERE ESTA SOLICITUD.	_____ <small>Urbes</small>	_____ <small>Suburbes</small>	_____ <small>Exteriores</small>
INDIQUE SU CAPITAL EN GIRO	En sucursales dependencias o bodegas anote el número progresivo que las corresponda a partir del de la matriz o establecimiento único que invariablemente será el uno)		

ACTIVIDADES: (Cuando se explotan dos o más actividades, escríbase en orden decreciente de importancia según el ingreso real o estimado de cada una de ellas).

FECHA DE INICIACIÓN DE OPERACIONES _____

SI YA LE HA SIDO EXPEDIDA CÉDULA PERSONAL INDIQUE:

NÚMERO _____

CONCEPTO (Marque con X)

1. <input type="checkbox"/> COMERCIO, INDUSTRIA, AGRICULTURA, SIDERURGIA O PESCA. 2. <input checked="" type="checkbox"/> EJERCICIO LIBRE DE UNA PROFESIÓN ANTE SU OFICIO.	3. <input type="checkbox"/> TRABAJO BAJO DIRECCIÓN Y DEPENDENCIA DE UN TERCERO. 4. <input type="checkbox"/> PRODUCTOS O RENDIMIENTOS DEL CAPITAL.
--	--

INGRESOS MERCANTILES (Si opera en el D.F. proporcione su número de cuenta) _____

PARA USO EXCLUSIVO DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA (CLAVES)

OFICINA FEDERAL DE HACIENDA	AGENCIA DIRECTA O SUBALTERNA	AGENCIA DE SUBALTERNA	ACTIVIDAD
_____	_____	_____	_____
NACIONALIDAD	MUNICIPIO	ENT. FED.	FECHA DE ALTA
_____	_____	_____	_____
ORIGEN	ACTUAL	AÑO	MES DÍA
_____	_____	_____	_____

3).- LICENCIA SANITARIA.

TRATÁNDOSE DE UN NEGOCIO MERCANTIL Y SIENDO QUE SE ESTÁ EN CONTACTO CON EL PÚBLICO, FRECUENTEMENTE, REQUIERE NECESARIAMENTE COMO OBLIGACIÓN, CUMPLIR CON EL CÓDIGO SANITARIO, YA QUE DE ACUERDO CON EL AUTOR ROBERTO PARRAGAN, LA EMPRESA SE INICIA CUANDO EL CLIENTE LLEGA, MOTIVO EL QUE ES NECESARIO DARLE PROTECCIÓN SANITARIA Y AL EFECTO DEBE CUMPLIR CON LAS SIGUIENTES OBLIGACIONES:

PRESENTAR ANTE LA SECRETARÍA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA, DIRECCIÓN DE LICENCIAS, UNA FORMA DE SOLICITUD, PARA SU CALIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN.

DE ACUERDO CON EL GIRO, ASÍ SERÁN LAS CONDICIONES DE SALUD EXIGIDAS.

4).- LICENCIA NUEVA.

DE ACUERDO CON LA FORMA, SE PUEDE DECIR QUE SE LLEVA A CABO ANTE LA DIRECCIÓN DE GOBERNACIÓN, PRESENTANDO SOLICITUD DE LICENCIA NUEVA, PARA COMERCIO NUEVO PRECISAMENTE.

DIRECCION DE GOBERNACION.
OFICINA DE LICENCIAS.

DATOS DEL SOLICITANTE.

1.-NOMBRE:
2.-DOMICILIO:
3.-NACIONALIDAD:
GIRO:
NOMBRE O RAZON SOCIAL:
UBICACION:
CALLE: NUM. LOCAL: COL.: ZONA:
CAPITAL SOCIAL: CATEGORIA:
PROPIETARIO: ARRENDATARIO:
EN FUNCIONAMIENTO: CERRADO:

Por lo anteriormente expuesto, manifiesto, bajo protesta de decir verdad:

- 1o.-Que todos los datos proporcionados son fidedignos.
- 2o.-Que me presentaré a esa Oficina en el día que se me requiera para hacer cualquier aclaración sobre dichos datos.
- 3o.-Que estoy conforme en que si en los 30 días a partir de la fecha de recepción de esta solicitud, no realizo trámite alguno para que se me expida la licencia, se me tenga por desistido.
- 4o.-Que estoy de acuerdo en reunir todos los requisitos que pida la Oficina de Licencias para el efecto de expedir la licencia.

México, D. F., a 29 de Septiembre de 19...

Atentamente.

.....
Firma.

DEBE
SER LLENADA AL DORSO CON CROQUIS DE LOCALIZACION DE CALLES Y NOTAS O ACLARACIONES DEL SOLICITANTE, EN CASO DE CONSIDERARLO NECESARIO.

5).- LIBRO DE VISITAS, SU AUTORIZACIÓN.

ESTE TRÁMITE NO REVISTE MAYOR DIFICULTAD, CONSISTIENDO EN LA PRESENTACIÓN QUE ANTE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, EN CUATRO TANTOS, OFICINA DE INSPECCIÓN Y REGLAMENTO, MISMOS LIBROS EN QUE LOS INSPECTORES VISITADORES ANOTAN DÍA Y HORA DE LA INSPECCIÓN.

C. JEFE DE LA OFICINA DE
INSPECCION Y REGLAMENTOS.
Presente.

Nombre del Propietario FORNICO CALLEJON LEON

Giro GRABADO DE FOTOGRAFIAS Y DISEÑOS denominado "LA FOTOGRAFIA A. HRS."

ubicado en AV. ESTADUNIDENSE No. 1077, C.P. 12

con cuenta No. ----- y licencia No. -----

solicita de usted se sirva autorizarle un Libro de Visitas para uso
de su establecimiento durante el año de 1970.

A t e n t a m e n t e

México, D. F., 20 de SEPTIEMBRE de 1970.

Firma del Propietario
o Gerente

**AUTORIZACION DE LIBROS DE VISITAS.
T R A M I T E**

Giros no Reglamentados

Llenar solicitud por triplicado, traer Cédula de Pago o Exención de Impuesto o Solicitud de Empadronamiento y una libreta foliada tamaño escolar.

Giros Reglamentados

Los mismos trámites arriba indicados, anotando además en la solicitud el número de la Licencia.

Para la REVALIDACION de libros autorizados en años anteriores, deberán llenarse los mismos requisitos, substituyendo la libreta que se pide en ellos, por el libro antiguo.

6).- LICENCIA SANITARIA PERSONAL.

ESTA OBLIGACIÓN, SE PRESENTA CUANDO EL COMERCIO DE QUE SE TRATA REQUIERE DE LA AUTORIZACIÓN PERSONAL EN CUANTO A SALUD, YA QUE SE TIENE TRATO DIRECTO CON EL PÚBLICO, SIENDO POR LO REGULAR EMPRESAS QUE TIENEN SERVICIOS DE RESTAURANT, CARNES FRÍAS, CAFETERÍAS, ETC.

AL SOLICITANTE QUE ES LA PERSONA QUE ATIENDE AL PÚBLICO DIRECTAMENTE, SE LE OTORGA UNA CREDENCIAL QUE ACREDITA SE HA CUMPLIDO CON DICHA OBLIGACIÓN, LA CUAL DEBE ESTAR A LA VISTA DEL PÚBLICO.

7).- SOLICITUD PARA EL INGRESO A LA CAMARA DE COMERCIO CO
RRESPONDIENTE.

DICHA OBLIGACIÓN, ES EN REALIDAD LA QUE SE EN---
CUENTRA INTIMAMENTE RELACIONADA CON NUESTRO TEMA A ESTUDIO
(DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL). POR LO QUE VEREMOS--
A CONTINUACIÓN:

ESTA SOLICITUD DEBE PRESENTARSE ANTE LA SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA, OFICINA DE CENSOS. SE PRESENTA TAMBIÉN UNA SOLICITUD ANTE LA CAMARA CORRESPONDIENTE (DE COMERCIO, DE TRANSFORMACIÓN, DE LA INDUSTRIA, DE LA PLANCHA, ETC.), PAGANDO LA CUOTA CORRESPONDIENTE, QUE SE FIJA DE ACUERDO CON EL CAPITAL Y GIRO, ESTE PAGO SE HACE ANUALMENTE.

LA CAMARA NACIONAL DE COMERCIO, DONDE LLEVAN A CABO SU TRAMITE CORRESPONDIENTE, EN CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE CAMARAS DE COMERCIO E INDUSTRIA.

DICHO PRECEPTO DE INGRESO A LA CAMARA DE COMERCIO ES PROPIAMENTE CON EL OBJETO DE DAR PUBLICIDAD A LA EMPRESA O COMERCIO, CUMPLIENDO ASÍ, AUNQUE SEA EN MÍNIMA PARTE CON LA OBLIGACIÓN DEL COMERCIANTE DEL ANUNCIO DE SU CALIDAD MERCANTIL, QUE SE ENCUENTRA PRECEPTUADO EN NUESTRO CÓDIGO DE COMERCIO.

MANIFESTACION

Después de llenar esta manifestación envíese a:

Secretaría de Industria y Comercio
Dirección General de Estadística
Departamento de Censos. Oficina
de los Censos Económicos
Balderas Núm. 71
México, D. F.

En cumplimiento de los Artículos 8º de la Ley Federal de Estadística, 28 y 29 del Reglamento de la misma y bajo protesta de decir verdad deberán suministrarse los siguientes datos:

1.-Nombre de la razón social o persona propietaria: HONORIO CALZADILLA LEON

2.- MEXICO D.F.
Entidad Municipio Localidad

3.-Calle: AV. MEXICALCATEPEC

4.-Colonia: BOCACEROS Núm. Exterior 272 Núm. Interior

5.-Clase de actividad: COMERCIO

6.-Si se trata de un establecimiento industrial, crúcese con una X los cuadrillos que correspondan a su finalidad principal:

Es productor o fabricante: Maquila por cuenta ajena: Sólo hace reparaciones:
SI NO SI NO SI NO

7.-Fecha de iniciación de operaciones: 13 SEPTIEMBRE 1970
(Día, Mes y Año)

8.-Categoría del establecimiento o empresa: UNICO
(Matriz, sucursal, independiente, en cadena o consocietario)

9.-Personal ocupado: 3213

10.-Capital invertido: \$ 1,000,000.00

11.-Ingresos obtenidos: \$ -----

12.-Tipo de aviso: APROPIA

México, D. F., 14 de Septiembre de 1970.
Lugar y Fecha

Contador del establecimiento
Co-responsable de la información

Propietario, gerente o administrador del
establecimiento. Responsable de la información

Nombre legible y firma

Nombre legible y firma

8).- SOLICITUD DE AFILIACIÓN EN EL INSTITUTO MEXICANO -
DEL SEGURO SOCIAL.

TAMBIÉN VEMOS QUE LA PERSONA FÍSICA TIENE QUE -
ACUDIR AL DEPARTAMENTO DE AFILIACIÓN PARA DAR AVISO DE --
INSCRIPCIÓN DE PATRÓN, PARA EL CASO DE QUE SE TENGAN EM--
PLEADOS AL SERVICIO DEL COMERCIANTE, SURGE LA OBLIGACIÓN-
DE AFILIAR AL CITADO INSTITUTO AL TRABAJADOR.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

FORMA I

DEPARTAMENTO DE AFILIACION

AVISO DE INSCRIPCION DE PATRON

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL

NOMBRE DEL PATRON

(PARA SER ANOTADO POR EL IMSS)

APellidos PATERNO, MATERNO Y NOMBRE, SI SE TRATA DE PERSONA FISICA, O RAZON SOCIAL, EN SU CASO

UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO

CALLE NUMERO COLONIA

ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA

ZONA POSTAL TELEFONO

ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA

MUNICIPIO ENTIDAD

LUGAR Y FECHA

(PARA SER UTILIZADO POR EL IMSS)

FECHA DE INICIACION DE LOS TRABAJOS

FIRMAS DEL PATRON O DE SU REPRESENTANTE

DIA MES AÑO

CRITICA LOCALIZACION CODIFICACION PERFORACION VERIFICACION

FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL INSTITUTO

PARA LLEVAR A CABO LA APERTURA DE UNA EMPRESA - DE PERSONA FÍSICA ES NECESARIO REALIZAR LOS SIGUIENTES -- TRÁMITES:

9).- REGISTRARSE EN EL DEPARTAMENTO DE CENSOS.

ESTE TRÁMITE DEBE LLEVARSE A CABO ANTE LA SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA, DEPARTAMENTO DE CENSOS, OFICINA DE CENSOS ECONÓMICOS.

LA TRAMITACIÓN ANTERIOR SE HACE EN CUMPLIMIENTO DE LA LEY FEDERAL DE ESTADÍSTICA Y EN SÍ NO ES MÁS QUE, -- COMO SU NOMBRE LO INDICA PARA ESTADÍSTICA.

APERTURA DE UN COMERCIO SOCIAL, OBLIGACION.

AHORA BIEN LAS OBLIGACIONES ANTERIORES PARA LA APERTURA DE UN NEGOCIO MERCANTIL, SON POR LO QUE SE REFIERE A LA EMPRESA FÍSICA, AL COMERCIANTE INDIVIDUAL, PERO -- POR LO QUE HACE AL COMERCIANTE SOCIAL, ESTE TIENE LAS --- OBLIGACIONES SEÑALADAS PARA EL COMERCIANTE INDIVIDUAL, -- POR LA NATURALEZA PROPIA DE SU CARACTER COMO PERSONA MORAL, COMO COMERCIANTE SOCIAL, DEBE CUMPLIR CON LOS REQUISITOS SIGUIENTES:

- a) SOLICITAR AUTORIZACIÓN A LA SECRETARÍA DE -- RELACIONES EXTERIORES.
- b) EL ACTA CONSTITUTIVA DE DICHA SOCIEDAD DEBE PROTOCOLIZARSE ANTE NOTARIO PÚBLICO.

c) INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA --
PROPIEDAD, EN LA SECCIÓN DE COMERCIO, PRE--
VIO SU TRAMITE JUDICIAL.

a) SOLICITAR AUTORIZACIÓN A LA SECRETARÍA DE RELACIONES -
EXTERIORES.

SEGÚN SOSTIENE EL AUTOR ROBERTO MANTILLA MOLINA
"UN DECRETO DE EMERGENCIA PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL-
DE FECHA 7 DE JULIO DE 1944, EXTENDIÓ LA OBLIGACIÓN DE RE-
CABAR PERMISO DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES,-
PARA LOGRAR LA CONSTITUCIÓN DE CUALQUIER SOCIEDAD, QUE --
TENGA O PUEDA TENER SOCIOS EXTRANJEROS, Y FACULTA A LA --
PROPIA SECRETARÍA PARA SUPEDITAR EL OTORGAMIENTO DEL PERMI-
SO A LA CONDICIÓN DE QUE LA MAYORÍA DEL CAPITAL QUEDE EN-
MANOS DE MEXICANOS. DE UN MODO JURIDICAMENTE MUY DISCUTI-
BLE, SE HA CONSIDERADO QUE EL DECRETO CONTINÚA EN VIGOR,-
NO OBSTANTE HABER CESADO EL ESTADO DE GUERRA. LA SECRETA-
RÍA DE RELACIONES EXTERIORES TIENE PREDETERMINADAS LAS FI-
NALIDADES SOCIALES PARA LO QUE EXIGE QUE LA MAYORÍA DEL -
CAPITAL ESTE POSEÍDO POR MEXICANOS". (23).

COMO SE VE AL FÍN DE LA PRESENTE SOLICITUD ES -
DE CUIDAR QUE EL CAPITAL DE INVERSIÓN Y EL CAPITAL DE UTI-
LIDAD QUEDE EN MANOS DE MEXICANOS, Y YO OPINO QUE AUNQUE-
HAYA CESADO EL ESTADO DE GUERRA QUE DIÓ ORIGEN A TAL MEDI-
DA, NO ESTÁ POR DEMÁS QUE SE SIGA REGULANDO CON EL MISMO-
FÍN.

=====

(23) MANTILLA MOLINA ROBERTO, DEPECHO MERCANTIL
MÉXICO 1964, PÁG. 220:

B) EL ACTA CONSTITUTIVA DEBE PROTOCOLIZARSE ANTE NOTARIO PÚBLICO.

ESTA OBLIGACIÓN SE DEDUCE CLARAMENTE DEL CONTENIDO DEL ARTÍCULO 50. DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, MISMO QUE A LA LETRA DICE:

ARTÍCULO 5.- "LAS SOCIEDADES SE ---
CONSTITUIRÁN ANTE NOTARIO Y EN LA -
MISMA FORMA SE HARÁN CONSTAR SUS MO
DIFICACIONES".

LO ANTERIOR NO TIENE MAYOR PROBLEMA, YA QUE EXPLICITAMENTE Y EXHAUSTIVAMENTE, QUE LAS SOCIEDADES, ES DE CIR LAS SOCIEDADES EN GENERAL SE DEBEN CONSTITUIR ANTE NOTARIO Y EN IGUAL FORMA LAS MODIFICACIONES QUE SUFRAN.

c) INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD,
SECCIÓN DE COMERCIO.

TODO LO REFERENTE A DICHA INSCRIPCIÓN, SE EN---
CUENTRA REGULADA POR LOS ARTÍCULOS 260 AL 264 DE LA LEY -
GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.

EL FIN DE DICHA INSCRIPCIÓN ES EL DE QUE LAS SO
CIEDADES MERCANTILES QUE CUMPLAN CON DICHO TRÁMITE, AL --
CONSTITUIRSE, SURTEN EFECTOS CONTRA TERCEROS DE DICHA ---
CONSTITUCIÓN, DICHA INSCRIPCIÓN DE LA CONSTITUCIÓN Y DE -
LAS REFORMAS QUE SUFRA, SE HARÁ MEDIANTE ORDEN DE AUTORID-
DAD JUDICIAL.

ES INDUDABLE, QUE LA VIDA TRANSFORMA LAS LEGIS-
LACIONES Y DEBEMOS ALCANZAR ESE NIVEL REFORMANDO NUESTRAS
LEGISLACIONES Y ASÍ SEÑALA EL TRATADISTA FELIPE DE SOLA -
CAÑIZARES: "CLARO ESTÁ, QUE EN REALIDAD, LA NOCIÓN DE EM
PRESA COMERCIAL NO ES UNA NOCIÓN QUE PUEDA AÑADIRSE EN UN
DERECHO POSITIVO A LA NOCIÓN COMERCIANTE. EL EMPRESARIO-
COMERCIAL ES EL RESULTADO DE UNA EVOLUCIÓN QUE HA PARTIDO
DE LA IDEA DE COMERCIANTE. EN LA DOCTRINA TRADICIONAL Y-
LOS CÓDIGOS DE COMERCIO TRADICIONALES, SE TRATA DEL "CO--
MERCIANTE", EN LA DOCTRINA MODERNA Y EN ALGUNOS CÓDIGOS -
MODERNOS SE TRATA DEL "EMPRESARIO". ESTE EMPRESARIO, ---
CUANDO LA EMPRESA DE LA CUAL ES TITULAR, ES UNA EMPRESA -
COMERCIAL, REEMPLAZA AL COMERCIANTE. EL EMPRESARIO LO ES
DEL DERECHO COMERCIAL DESPUÉS DE UNA EVOLUCIÓN EN LA QUE-
SE HA CONSTITUÍDO JURÍDICAMENTE LA NOCIÓN DE "EMPRESA". -
(24).

=====
(24) SOLA CAÑIZARES FELIPE DE, TRATADO DE DERE
CHO COMERCIAL COMPARADO, BARCELONA,
TOMO II, 1962, PÁG. 31.

BIEN, PUES HAN QUEDADO NUMERADAS Y SE HIZO UNA BREVE EXPLICACIÓN DE LO QUE CONSISTE CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES DEL COMERCIANTE (TANTO INDIVIDUAL O FÍSICO, COMO SOCIAL O MORAL), EN RELACIÓN CON LA APERTURA DE UN NEGOCIO, Y VIMOS IGUALMENTE QUE DICHAS OBLIGACIONES, ENTRE ELLAS LA DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, NACEN PRECISAMENTE CUANDO EL COMERCIANTE, YA SEA INDIVIDUAL O SOCIAL SE COLOCA EN EL PRESUPUESTO ENUNCIADO DE LO QUE ES EL COMERCIANTE DE ACUERDO CON EL ARTÍCULO 30. DEL CÓDIGO DE COMERCIO, QUE A LA LETRA DICE:

ARTÍCULO 30.- SE REPUTAN EN DERECHO COMERCIANTES.

I.- LAS PERSONAS QUE TENIENDO CAPACIDAD LEGAL PARA EJERCER EL COMERCIO, HACEN DE EL SU OCUPACIÓN ORDINARIA.

II.- LAS SOCIEDADES CONSTITUTIVAS - CON ARREGLO A LAS LEYES MERCANTILES.

III.- LAS SOCIEDADES EXTRANJERAS O LAS AGENCIAS O SUCURSALES DE ESTAS, - QUE DENTRO DEL TERPITORIO NACIONAL - EJERZAN ACTOS DE COMERCIO. (25).

B) FORMALIDADES DEL ANUNCIO.

ASÍ VEMOS QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL NACE PARA EL COMERCIANTE EN EL MISMO MOMENTO; Y TENEMOS QUE EL ANUNCIO EN SÍ NO TIENE QUE LLENAR NINGÚN TIPO DE FORMALIDADES PROPIAMENTE, PUES BASTA QUE SE MANIFIESTE LA APERTURA DEL COMERCIO O NEGOCIO, EN VÍA DE CIRCULAR, POR MEDIO DEL DIARIO OFICIAL O EN ALGÚN DIARIO DE CIRCULACIÓN EN LA LOCALIDAD.

A ULTIMAS FECHAS, HAN SURGIDO DIVERSOS TIPOS DE PUBLICACIONES QUE SON DE EXTRACCIÓN PARTICULAR, Y EN LAS- CUALES AUNQUE EN UNA FORMA MUY RAQUÍTICA, CUMPLEN CON EL- COMETIDO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, MUY BREVE- MENTE PERO EN FORMA MÁS O MENOS COMPLETA, DAN UNA EXPLICA- CIÓN DE NUEVAS INVERSIONES Y APERTURAS DE NEGOCIOS.

POR EJEMPLO EN LA EDICIÓN NÚMERO UNO, VOLÚMEN - VIII, DE FECHA FEBRERO 16 DE 1972, DE LA PUBLICACIÓN CON- SORCIO MEXICANO DE INFORMACIÓN, S. A., ENTRE LAS NUEVAS - INVERSIONES Y APERTURAS, SALE PUBLICADA UNA DE LA MANERA- SIGUIENTE:

ADMINISTRADORA DE AUTOSERVICIOS Y ABARROTES, S. A.

OBJETO: COMPRA-VENTA, IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TODA CLASE DE ABARROTES, VI- NOS, LICORES, MARISCOS Y PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN GENERAL, PTE: SR. RAMÓN CAAMAL HERNÁNDEZ, -- DIR. PART. 3A. CERRADA DE RIO CHURUBUSCO MANZA- NA C., Z.P. 8.- CIUDAD.- CAPITAL SOCIAL: - -- \$ 250,000.00.

DE ESTA PUBLICACIÓN SE ANEXA UN EJEMPLAR PARA - MAYOR INFORMACIÓN.

Comisa

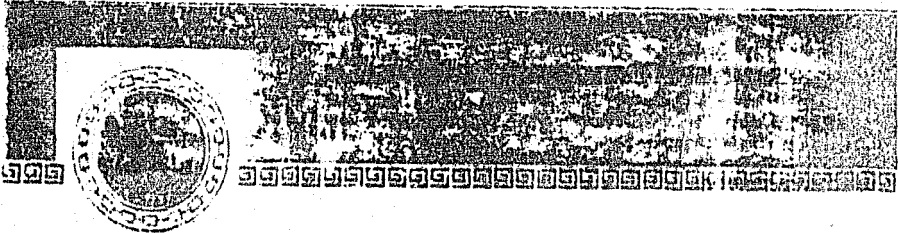
CONSORCIO
MEXICANO DE
INFORMACION S. A.

Av. Juárez 54-703

Tel. 5-16-52-67

Apartado Postal 4-9910

México, D. F.



¿Se continuará vendiendo a crédito a aquellos clientes cuyos pagos son bastante elevados?

¿Los clientes son morosos desde un principio o a últimas fechas han venido atrasando sus pagos?

Existen además informes periódicos que rendir al Gobierno, los datos bimestrales de los impuestos de seguro social, pago de impuestos sobre la renta, etc. ¿Desde se obtiene la información que se requiere para resolver este problema?

¿Los problemas continúan creciendo. Há que considerar el inventario o control de las existencias:

¿Cuáles son los renglones de mayor demanda por parte de sus clientes?

¿Existe una cantidad adecuada?

¿Hay registros actualizados de la mercancía que se encuentra almacenada?

¿Sobre qué control hay que basarse para hacer los pedidos de mercancías?

¿Muestran las anotaciones algún fraccionamiento departamental de las ventas?

¿Qué mercancías han estado en existencia tanto tiempo que merecen ser liquidadas y discontinuadas?

Estas son solamente unas pocas de las muchas preguntas concernientes a los datos de contabilidad a las que usted, como Director, tendrá que contestar. Y éstas preguntas son típicas de las que surgen en casi todos los negocios.

Una de las principales causas de los fracasos de los negocios es la falta de buenos registros de contabilidad y la falta de buenas prácticas financieras, de hecho es básica la necesidad de contar con éstos datos.

Entre los grupos mayormente interesados en los datos de contabilidad de un negocio se pueden mencionar: los dueños, los acreedores, los gobiernos y los sindicatos laborales.

(CONTINUAR)

EL CREDITO CREADOR DE GRANDES RIQUEZAS ¡HAGA BUEN USO DE EL!

BIBLIOTECA CENTRAL

U. P. A. M.

NUEVAS INVERSIONES
APERTURAS

ADMINISTRADORA DE AUTOSERVICIOS Y ABARROTES S.A.

Objeto: Compra-venta, importación, exportación y distribución de toda clase de abarrotes, vinos, licores, mariscos y productos alimenticios en general. Pte. Sr. Ramón Caamal -- Hernández, Dir. Part. 3a. Cerrada de Río Churubusco manzana C., Z. P. 8. - Capital Social: \$ 250,000.00

ALZA S.A.

Objeto: Compra-venta, distribución de toda clase de materiales equipo y maquinaria para la industria en general, Pte. Sr. José Alberto Sahagún Auevedo, Dir. Part. Hda. de la -- Transpila No. 136, Bosques de Echegaray Edo. de México, teléfono: 5-66-23-36. - Capital Social: \$ 300,000.00

ARRIVIOL S.A.

Objeto: Construcción, reparación y compra-venta de toda clase de casas en condominio y edificios y terrenos que no estén comprendidos dentro de la zona prohibida, Admor. Violeta Ricoub Arnaud, Dir. Part. Homero No. 415 - 6, Z. P. 5, teléfono: 5-55-99-96. - Capital Social: \$ 1,800,000.00

ASBESTOS P.V.C. Y SANITARIOS GARCÍA CORNEJO S.A.

Objeto: Compra-venta, distribución y mantenimiento de productos de asbesto cemento, muelas, conaxicos, azulejo y decoraciones para baños, paredes y demás. Admor. Sr. José -- García Cornejo Aguiar, Dir. Part. Nubes No. 526 Z. P. 21, teléfono: 5-49-38-86. - Capital Social: \$ 400,000.00

AUTOMOTRIZ EDY S.A.

Objeto: Compra-venta, representación, distribución de vehículos automotrices, sus refacciones y accesorios, explotación de talleres para servicio de dichos vehículos, Admor. Sr. Eduardo Chalilo Canan, Dir. Part. Francia No. 201, Z. P. 21, teléfono: 5-20-77-16. - Capital Social: \$ 1,000,000.00

AUTO REFACCIONES Y SERVICIO S.A.

Objeto: Compra-venta, importación, exportación de refacciones y accesorios automotrices, Admor. Sr. Sergio Barberi Villarreal, Dir. Part. Mar Asol No. 60, Z. P. 17, teléfono: 5-27-75-47. Capital Social: \$ 150,000.00

AUTOS BOBADILLA SAN JOAQUIN S.A.

Objeto: Compra-venta, consignación de automóviles, camiones, trailers, motocicletas y toda clase de vehículos de combustión interna. Admor. Sr. Benjamín Bobadilla Padilla, Dir. Part. Callao No. 793, Z. P. 14, teléfono: 5-77-69-59 - Capital Social: \$ 1,000,000.00.

AUTOS TAXQUERA S.A.

Objeto: Compra-venta y consignación de automóviles, Admor. Gracia Bertha Gómez Hurta -- do, Dir. Par. Rebsámen No. 936, Z. P. 12 Capital Social: \$ 150,000.00

AVICOLA PONCE S.A.

Objeto: Compra-venta de huevo en sus distintas formas y clases. Pte. Sr. José Ponce Pin -- to, Dir. Part. Sur 71 No. 4239, Z. P. 8, teléfono: 5-38-14-66. Capital Social: \$500,000.00

DEMANDADA	ACTOR	JUZGADO	FECHA
JORGE RAMOS SILVA	Casa Autrey, S. A.	11o. C. 2a. S.	9/II/72
JAVIER SALVADOR REYES	Tenería México, S. A.	12o. C. 1a. S.	9/II/72
CESAR REYES BARRERA	Tenería Temola, S. A.	30o. C. 2a. S.	15/II/72
MIGUEL REYES BLANCARTE	Constructora Carve, S. A.	28o. C. 1a. S.	12/I/72
JAVIER REYES CANDELAS	Bush, S. A.	14o. C. 1a. S.	9/II/72
RAFAEL RICS ORTEGA	General Popo, S. A.	26o. C. 2a. S.	10/II/72
MANUEL RIVAS GARCIA.	H. Steele y Cia. S. A.	21o. C. 2a. S.	15/II/72
AGAPITO ROBLES CONZA LEZ	Industrias Simet, S. A.	2o. C. 2a. S.	15/II/72
J. JESUS RODRIGUEZ	Anderson Clayton & Co. C.A.	18o. C. 1a. S.	9/II/72
MATIAS RODRIGUEZ	Maderas Papanco, S. de R. L.	12o. C. 2a. S.	10/II/72
LUIS RODRIGUEZ DEL RIEGO (S)	Materiales Llano, S.A.C.V.	28o. C. 2a. S.	9/II/72
ELOY SALDIVAR MORALES	Avfos de Acero, S. A.	11o. C. 2a. S.	14/II/72
JOSÉ SALDIVAR TERAN	Cuprum, S. A.	11o. C. 2a. S.	11/II/72
PROF. OSCAR SANCHEZ CALDERON	Cummins de México, S.A.	16o. C. 2a. S.	10/II/72
GUILLELMO SANCHEZ MARTINEZ	Abala, S. A.	2o. C. 1a. S.	9/II/72
CARMEN SANCHEZ MORALES	Industrias Celorio, S. A.	15o. C. 2a. S.	10/II/72
JALTER SANCHEZ P.	Comercial Nadrosa, S. A.	3o. C. 2a. S.	11/II/72
SERVANDO SANCHEZ PARRA	Regias Botanica, S. A.	27o. C. 1a. S.	12/II/72
FRANCISCO SANCHEZ SOLTERO	Comercial Okon, S. A.	12o. C. 2a. S.	15/II/72
ROLAND SEDDORF	Industrias Resistol, S. A.	27o. C. 1a. S.	11/II/72
ROBERTO SECANE	Maderera LA Florida, S. A.	1o. C. 1a. S.	9/II/72
DIEGO SERRALDE BECERRIL	Productos Libertador, S. A.	27o. C. 1a. S.	12/II/72
LUIS SILVA AGUIRRE (T)	Cia. Maderera Campechana, S.A	24o. C. 2a. S.	14/II/72
ING. PEDRO TAGLE DE LA TORRE	Ferretera Anahuac, S. A.	22o. C. 2a. S.	11/II/72
HIROSHI TANIMOTO WEKI	Acabados y Laminados Ulbrika, SA	28o. C. 1a. S.	9/II/72
JACCOB TARRAB	Distribuidora Magil, S.A.	3o. C. 2a. S.	10/II/72
CORNELIO TENIZA PEREZ	Autógena de Naucalpan, S. A.	22o. C. 2a. S.	11/II/72
RICARDO TOLEDO	Concretos Premezclados, S. A.	16o. C. 1a. S.	9/II/72
JUAN IGNACIO TORES OCHOA	Drogueros, S. A.	29o. C. 2a. S.	10/II/72
MA. ISABEL O. DE TORES	Manufacturas Madison, S. A.	14o. C. 1a. S.	12/II/72
MARCIAL TOVILLA BRINGAS (U)	Mantenimiento y Const. S.A.	26o. C. 1a. S.	10/II/72
ADELINA URBINA PANIAGUA	Exclusivas Merri, S. A.	7o. C. 2a. S.	12/II/72
ANTONIO URIBE FLORES (V)	Armadora Mexicana, S. A.	19o. C. 2a. S.	15/II/72
REYNALDO VALDES B.	Estuches para Radio, S.A.	3o. C. 1a. S.	12/II/72
MIGUEL VALENZIA DE LA CRUZ	Hule, S. A.	26o. C. 2a. S.	11/II/72
MIGUEL VARGAS	Proveedora de Aluminio, S.A.	18o. C. 1a. S.	11/II/72
RUFINO VARGAS	Almacenes Natex, S. A.	7o. C. 2a. S.	11/II/72
MANUEL VAZQUEZ FEDERICO (W)	Prods. Internacionales, S. A.	1o. C. 1a. S.	11/II/72
EFRAIN WENTRAUB FRIEDMAN (Y)	Rym, S. A.	29o. C. 1a. S.	9/II/72
ENRIQUE YANES ABARCA (Z)	Prods. Químicos Mardupol. S.A	30o. C. 2a. S.	9/II/72
ANTONIO ZALDIVAR GARCES	Fall, S. A.	11o. C. 1a. S.	15/II/72
RODOLFO ZAMORA MACHIN	Olivetti Mexicana, S. A.	18o. C. 2a. S.	11/II/72
CARLOS GMO ZARATE LOPEZ	Leon Weill, S. A.	16o. C. 1a. S.	9/II/72

MANDAS DE SOCIEDADES EN DIFERENTES JUICIOS MERCANTILES

<u>DA DA</u>	<u>ACTOR</u>	<u>JUICIO</u>	<u>JUZGADO</u>	<u>FECHA</u>
CONSEJEROS MTY S.A.	Sociedad Electromecánica, S.A.	O.M.	29o.C. Ia.S.	15/11/72
ALTA TENSION S.A. C.V.	Guillermo Prieto y Cia. S.A.	E.C.	17o.C. Ia.S.	11/11/72
(B)				
BLANCO EL PARIAN S.A.	Cia. Com. Herdez, S.A.	O.C.	5o.C. Ia.S.	9/11/72
BLANCO EL PARIAN S.A.	Unión Carbide Mexicana, S.A.	O.M.	22o.C. 2a.S.	11/11/72
(C)				
CONSTRUCTORA H.Y.A.	Nelly Escobar	S.D.	5o.C. 2a.S.	15/11/72
CONSTRUCTORA MECA S.A.	Auto Camiones de México, S.A.	E.C.	12o.C. Ia.S.	9/11/72
(D)				
DECORACIONES PANORAMI CAS S.A.	Michel Cuvellier	O.M.	9o.C. Ia.S.	10/11/72
DINAMICA AUTOMOTRIZ S.A.	Rafael Ochoa Sánchez	S.D.	26o.C. Ia.S.	11/11/72
(E)				
EDICIONES DEROMEX S.A.	Fotolito Rembrandt	O.M.	7o.C. Ia.S.	10/11/72
ELECTROQUIMICA S.A.	Maquinaria Plástica, S. A.	E.C.	18o.C. 2a.S.	9/11/72
EMPACADORA GEMINIS S.A.	J. Manuel Méndez Lacarra	E.C.	17o.C. Ia.S.	15/11/72
EQ. INOXIDABLES S.R.L.	Jesús Ma. Cantú Lozano	S.D.	12o.C. Ia.S.	9/11/72
(F)				
FIANZAS Y B. RAICES S.A.	Ana Ma. Leyva de Lozano	S.C.	4o.C.	12/11/72
FRACC. DE MEXICO A.C.	Ezequiel Muhtar	O.C.	18o.C. 2a.S.	10/11/72
(G)				
GENERAL NEON DE MEX. S.A.	Inmuebles Lux Mex, S.A.	S.D.	21o.C. Ia.S.	11/11/72
(I)				
INDUSTRIAS CAPRIS A.	Carlos Porrusqula	S.D.	12o.C. 2a.S.	11/11/72
INMOBILIARIA BAZTAN S.A.	Claudia G. de Suero	S.H.	3o.C. Ia.S.	12/11/72
INMOBILIARIA DN. JOSE S.A.	Financiera Bancomer, S.A.	S.H.	29o.C. Ia.S.	14/11/72
(K)				
KA-LES PUBLICIDAD S.A.	Graphicolor, S. A.	E.M.	12o.C. Ia.S.	9/11/72
(L)				
LA FLOR DE MEXICO S.A.	Servipan, S. A.	E.C.	27o.C. Ia.S.	9/11/72
(M)				
MOS SAN JUAN S.A.	Cia. Comercial Harco, S.A.	O.C.	5o.C. Ia.S.	9/11/72
MEXICANA DE COMBUSTION S.A.	Tubos de Estaño, S.A.	O.M.	19o.C. 2a.S.	15/11/72
MUEBLES MITON S.A.	Resortes y Unidades, S.A.	O.M.	19o.C. Ia.S.	11/11/72
(N)				
NACIONAL HOTELERA S.A.	Hotelería de Sonora, S. A.	S.D.	15o.C. 2a.S.	14/11/72
(V)				
VIVEROS MEXICANOS S.A.	Central Camionera, S. A.	O.M.	1o. C. 2a.S.	15/11/72

ABREVIATURAS

C. CIVIL	S. SECRETARIA	M. PAZ: MIXTO DE PAZ
E.C. EJECUTIVO CIVIL	O.C. ORDINARIO CIVIL	O.M. ORDINARIO MERCAN
S.D. SUMARIO DE DESHAUCIO	S.H. SUMARIO HIPOTECARIO	TIL
S.P.P. SUMARIO PAGO DE PESOS		

TAMBIÉN EN DICHAS PUBLICACIONES COMO PUEDE VERSE SALEN ANOTADOS LOS JUICIOS QUE EN FAVOR O EN CONTRA TIENEN ALGUNAS DE LAS NEGOCIACIONES DEL LUGAR; DATO ÉSTE MUY IMPORTANTE PUES DA UNA IDEA DE LA MODIFICACIÓN QUE PUEDA SUFRIR ESA NEGOCIACIÓN O SU ESTADO FINANCIERO.

CLARO QUE LAS PUBLICACIONES A QUE NOS HEMOS REFERIDO NO SON OFICIALES, Y LA PUBLICACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, EN ESTE CASO SÍ LO ES.

IGUALMENTE LAS PUBLICACIONES PARTICULARES ÚNICAMENTE LLEGAN A MANOS DE LOS SUSCRIPTORES DE ESAS REVISTAS, Y POR EL CONTRARIO LA DE LA CÁMARA DE COMERCIO LLEGA A MANOS DE TODO COMERCIANTE DEBIDAMENTE AFILIADO A SU CÁMARA RESPECTIVA.

C) CONTENIDO DEL ANUNCIO.

POR LO QUE HACE AL CONTENIDO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, EL MISMO, SERÍA POR DEMÁS DECIRLO SE CONTRA A LA MANIFESTACIÓN QUE HACE EL COMERCIANTE DE LA APERTURA DEL COMERCIO, NEGOCIO O DESPACHO, EL NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO O DESPACHO, LA UBICACIÓN DEL MISMO ESTABLECIMIENTO, ES DECIR SU DOMICILIO SOCIAL, Y EN CASO DE QUE HAYA SUCURSALES EL DE ESTAS TAMBIÉN, SU OBJETO O EL GIRO AL CUAL SE VA A DEDICAR, PUES ES TAN VARIADA LA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ES NECESARIO MANIFESTAR SI EL FIN DE TAL NEGOCIO SERÁ LA COMPRA, LA VENTA, LA CONSIGNACIÓN, Y DE QUE ARTÍCULOS, MAQUINARIA, AUTOMOVILES, ETC., SI HAY UNA PERSONA FÍSICA ENCARGADA DE LA ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO, EL NOMBRE COMPLETO DE LA MISMA, Y LA FIRMA QUE LA PERTENECE Y REPRESENTARÁ A LA NEGOCIACIÓN O COMERCIO EN SUS ACTOS O TRANSACCIONES A TRAVÉS DE LA VIDA JURÍDICA DEL MISMO; EN CASO-

DE QUE SEA COMPAÑÍA DEBERÁ CONTENER LA CLASE DE COMPAÑÍA O DE SOCIEDAD QUE SEA Y LA NATURALEZA DE LA MISMA, PUES ES BIEN SABIDO LA VARIEDAD DE SOCIEDADES QUE SON REGULADAS -- POR NUESTRA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO, SOCIEDAD EN COMANDITA, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, SOCIEDAD ANONIMA, SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES Y SOCIEDAD COOPERATIVA, LA INDICACIÓN DEL GERENTE O DE LOS GERENTES DE DICHA COMPAÑÍA O SOCIEDAD, LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN, EL NOMBRE CON EL CUAL SERÁ IDENTIFICADA LA NEGOCIACIÓN DURANTE SU VIDA COMERCIAL, TAMBIÉN DEBERÁ CONTENER E INDICAR EL NOMBRE DE LA PERSONA O DE LAS PERSONAS QUE ESTÁN AUTORIZADAS PARA ACTUAR A NOMBRE DE LA RAZÓN SOCIAL O DE LA DENOMINACIÓN DE LA NEGOCIACIÓN O DESPACHO, Y POR ÚLTIMO DEBERÁ CONTENER LA DESIGNACIÓN DE LAS CASAS, SUCURSALES O AGENCIAS DEPENDIENTES DE LA EMPRESA MATRÍZ, SUS LUGARES DE UBICACIÓN, ESTO NATURALMENTE EN EL CASO DE QUE LAS HUBIERE.

EL ANTERIOR ES EL CONTENIDO EN SÍ DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, PERO NO HAY QUE DEJAR OLVIDADO QUE -- EN LA FRACCIÓN II DEL PRECITADO ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO, SE ESPECIFICA QUE:

"HAY QUE DAR PARTE TAMBIÉN, POR MEDIO DE CIRCULARES, DE LAS MODIFICACIONES QUE SUFRA CUALQUIERA DE LAS CIRCUNSTANCIAS ANTES REFERIDAS",

PERO DICHAS MODIFICACIONES QUE SUFRA CUALQUIERA DE LAS --- CIRCUNSTANCIAS DEL CONTENIDO DEL ANUNCIO, SE SUPONE SE DAN O SE PRESENTAN POSTERIORMENTE, YA QUE EL COMERCIO, EMPRESA O NEGOCIO SE ENCUENTRA FUNCIONANDO, EN SU CAMINO SE PRESENTAN DIVERSOS ACONTECIMIENTOS QUE HACEN SE MODIFIQUE SU ES-

TRUCTURA ORIGINAL; LO CUAL YA NO SERÍA, CREO YO, EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL EN SÍ, NI EL CONTENIDO DEL MISMO, - PUES EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL NO ES DIVISIBLE.

EL MISMO CASO SE PRESENTA SI OBSERVAMOS EL CONTENIDO DE LA FRACCIÓN III DEL MULTICITADO ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO, MISMO QUE A LA LETRA DICE:

III.- "DE PUBLICAR EN EL PERIODICO-OFICIAL, Y EN SU DEFECTO EN ALGÚN -- OTRO, LAS CIRCULARES QUE DIRIJAN, -- ASÍ COMO EL ESTADO DE LIQUIDACIÓN Y LA CLAUSURA DEL ESTABLECIMIENTO O -- DESPACHO."

YA QUE EN TAL FRACCIÓN TERCERA, SE INFIERE OTRA - OBLIGACIÓN, YA NO ES LA DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL - NI DEL CONTENIDO DEL MISMO, ES UNA OBLIGACIÓN POCO DISTINTA Y ES LA DE PUBLICAR EN EL DIARIO OFICIAL LAS CIRCULARES QUE SE DIRIJAN (ESTAS SON EL CONTENIDO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL), Y DICHA OBLIGACIÓN EN SÍ ES LA PUBLICIDAD - QUE DEBE HACERSE DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL Y A LA CUAL SE ENCUENTRA INTIMAMENTE LIGADA.

POR OTRA PARTE EN EL ÚLTIMO PARRAFO DE LA FRACCIÓN A QUE SE HA HECHO MENCIÓN, SE ESTÁ HACIENDO INCAPÍÉ -- QUE ASIMISMO, DEBE PUBLICARSE POR LOS MISMOS MEDIOS DEL ESTADO DE LIQUIDACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, ASUNTO ESTE, QUE - POR NINGÚN CONCEPTO PUEDE ENCUADRARSE, EN MI OPINIÓN, COMO PARTE DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, SINO QUE VIENE A SER, NATURALMENTE PUBLICACIÓN, ANUNCIAR, DAR A CONOCER, PERO NO LA CALIDAD MERCANTIL DEL NEGOCIO O DESPACHO, SINO MÁS BIEN ES LA PUBLICACIÓN O EL ANUNCIO DE UN ACCIDENTE, DE UNA CIRCUNSTANCIA EN LA VIDA DE LA NEGOCIACIÓN O COMERCIO.

Y LO ANTERIORMENTE ESPECIFICADO, QUEDA AÚN MÁS FIRME AL ESTUDIAR LA ÚLTIMA PARTE DE LA FRACCIÓN III DEL PRECITADO ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO, EN LO REFERENTE A "... Y LA CLAUSURA DEL ESTABLECIMIENTO O DESPACHO", YA QUE ESTA CIRCUNSTANCIA SE DA Y SE PRESENTA A LA MUERTE DEL NEGOCIO, PUES CLARAMENTE SE INDICA "LA CLAUSURA" DEL REFERIDO ESTABLECIMIENTO, CONTENIDO ESTE, QUE -- POR NINGÚN CONCEPTO PUEDE ENCUADRAR DENTRO DEL ANUNCIO -- DE LA CALIDAD MERCANTIL, PUES POR LO QUE HACE A LA CLAUSURA DEL DESPACHO O COMERCIO, ESTO SOLO SERÍA DE INTERÉS O SURTIRÍA EFECTOS PARA AQUELLOS COMERCIANTES, PERSONAS, DEPENDENCIAS, ETC., CON QUIENES EL COMERCIO O NEGOCIA---CIÓN A CLAUSURAR NO HUBIERA FINIQUITADO EN FORMA DEFINITIVA SUS RELACIONES CON AQUELLAS.

RESUMIENDO, A CRITERIO MUY PERSONAL, NI LA FRACCIÓN SEGUNDA Y MUCHO MENOS LA TERCERA DEL YA MULTICITADO ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO, FORMAN PARTE DEL CONTENIDO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, POR LAS RAZONES QUE QUEDARON EXPUESTAS.

D) EFECTOS DEL ANUNCIO.

POR LO QUE HACE A LOS EFECTOS DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, LOS MISMOS, PUES NO NECESITAN NI SIQUIERA NARRARSE, YA QUE DEL CONTENIDO DE LA PRIMERA -- FRACCIÓN DEL ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO, SE INFIEREN Y LOS MISMOS SON EL DE QUE QUEDEN DEBIDAMENTE ENTERADOS TODOS AQUELLOS COMERCIANTES, POR MEDIO DE LAS PUBLICACIONES Y CIRCULARES, DE LAS CARACTERÍSTICAS ESENCIALES Y DE LOS ACCIDENTES QUE PESEN SOBRE EL NEGOCIO O DESPACHO DE QUE SE TRATA, ESENCIALMENTE ESTE ES EL EFECTO.

E) FALTA DEL ANUNCIO.

COMO LO COMENTAMOS AL INICIO DE ESTE TRABAJO, ESTAMOS CONSCIENTES QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, ES UNA OBLIGACIÓN PARA TODO AQUEL INDIVIDUO O COMPAÑÍA -- QUE SE DECIDAN POR ABRAZAR EL CAMPO DEL COMERCIO COMO ACTIVIDAD PROFESIONAL, YA QUE EL MISMO NO SERÍA UNA OBLIGACIÓN PARA PERSONAS O ENTES MORALES QUE AUNQUE RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD COMERCIAL, NO HACEN DE LA MISMA SU -- MEDIO PROFESIONAL SINO QUE SE RELACIONAN UNICAMENTE, POR OTROS MEDIOS, YA COMO TRATADISTAS DE ESA ACTIVIDAD, AL -- SERVICIO DEL MISMO CAMPO, COMO PERSONAL AL SERVICIO DEL -- COMERCIO O DEL COMERCIANTE, ETC.

PUES BIEN, ESTAMOS CONSCIENTES DE QUE ES UNA -- OBLIGACIÓN, PORQUE COMO TAL SE ENCUENTRA CONSAGRADA EN -- NUESTRA LEGISLACIÓN MERCANTIL, Y ESTA ES DE SOBRA CONOCIDA, COMO TODA LA LEGISLACIÓN, ES DE OBSERVANCIA OBLIGATORIA PARA TODAS AQUELLAS PERSONAS O ENTES MORALES O SOCIALES QUE SE COLOCAN BAJO EL PRESUPUESTO QUE ENUNCIA LA LEY.

TEORICAMENTE NO CABE DUDA QUE EXISTE TAL OBLIGACIÓN, PERO EL PROBLEMA VIENE COMO YA QUEDÓ ASENTADO TAMBIÉN AL INICIO DE ESTE TRABAJO, CUANDO NOS HACEMOS LA PREGUNTA ¿QUIEN VA A OBLIGAR A LOS COMERCIANTES A QUE CUMPLAN CON EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL? Y, EN CASO -- DE QUE EL COMERCIANTE FALTE A SU OBLIGACIÓN DE PUBLICAR O ANUNCIAR SU CALIDAD MERCANTIL ¿A QUE SANCIONES SE HACE -- ACREEDOR? NO SE NECESITA ESCUAORRIÑAR MUCHO PARA CONCLUIR QUE NO EXISTE ORGANO JURISDICCIONAL ALGUNO NI ORGANO ADMINISTRATIVO ALGUNO, QUE IMPONGA LA OBLIGACIÓN A TODOS --

LOS COMERCIANTES QUE SE ENCUENTREN EN EL CASO, DE QUE PUBLIQUEN Y ANUNCIEN SU CALIDAD MERCANTIL.

EN CONSECUENCIA LA FALTA DEL ANUNCIO NO TRAE --
CONSIGO NI AMERITA PENA ALGUNA PARA EL COMERCIO QUE INCURRE EN DICHA FALTA.

POR OTRA PARTE ES DE HACER NOTAR QUE EN RELACION ---
CON EL TEMA DE LA PUBLICIDAD, CON LA QUE SE ENCUEN---
TRA INTIMAMENTE LIGADO CON EL DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD -
MERCANTIL, A ESTE RESPECTO, LA FALTA DE PUBLICIDAD PARA -
EL COMERCIO O DESPACHO, REPERCUTIRÍA EN PERJUICIO DEL PRO-
PIO COMERCIO, PUES NO HABRÍA VENTAS EN EL MISMO Y SERÍA -
PERJUDICIAL PARA EL COMERCIANTE.

CAPITULO III.-

REGLAMENTACION DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

- A).- CÓDIGO DE COMERCIO ACTUAL.
- B).- ALCANCES DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.
- C).- NUEVOS SISTEMAS DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.
- D).- LEY DE LAS CAMARAS DE COMERCIO Y DE LA INDUSTRIA.
- E).- ESTATUTOS DE LA CAMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

A) CODIGO DE COMERCIO ACTUAL.

COMO YA LO HEMOS VISTO EN ESTE TRABAJO, EL CÓDIGO DE COMERCIO ACTUAL, EN SU TÍTULO SEGUNDO, TRATA EL TEMA ACERCA DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL Y EN CONSECUENCIA DE LA PUBLICIDAD RESPECTIVA, EN LOS ARTÍCULOS DIECISEIS DEL YA CITADO TÍTULO SEGUNDO DEL CÓDIGO DE COMERCIO QUE MENCIONA: TODOS LOS COMERCIANTES, POR EL HECHO DE SERLO ESTÁN OBLIGADOS A:

- I.- A LA PUBLICIDAD, POR MEDIO DE LA PRENSA -- DE LA CALIDAD MERCANTIL CON SUS CIRCUNSTANCIAS ESENCIALES, Y, EN SU OPORTUNIDAD, DE LAS MODIFICACIONES QUE SE ADOPTEN.
- II.- A LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO, DE LOS DOCUMENTOS CUYO TENOR Y AUTENTICIDAD DEBEN HACERSE NOTORIOS.

Y EN EL ARTÍCULO DIECISIETE DEL MISMO CAPÍTULO - SEGUNDO, QUE A LA LETRA DICE:

ARTÍCULO 17, LOS COMERCIANTES TIENEN EL DEBER:

I.- DE PARTICIPAR LA APERTURA DEL ESTABLECIMIENTO O DESPACHO DE SU PROPIEDAD, POR MEDIO DE UNA CIRCULAR - DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS EN QUE TENGAN DOMICILIOS, SUCURSALES, RELACIONES O CORRESPONSALES MERCANTILES, LA CUAL CONTENDRÁ: EL NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO O -- DESPACHO, SU UBICACIÓN Y OBJETO, SI HAY PERSONA ENCARGADA DE SU ADMINISTRACIÓN, SU NOMBRE Y FIRMA; SI HAY COMPAÑÍA, - SU NATURALEZA, LA INDICACIÓN DEL GERENTE O GERENTES, LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN Y LA PERSONA O PERSONAS AUTORIZADAS PARA USAR UNA U OTRO, Y LA DESIGNACIÓN DE LAS CASAS, - SUCURSALES O AGENCIAS SI LAS HUBIERE.

II.- DE DAR PARTE, TAMBIÉN POR MEDIO DE CIRCULAR, DE LAS MODIFICACIONES QUE SUFRA CUALQUIERA DE LAS CIRCUNSTANCIAS ANTES REFERIDAS.

III.- DE PUBLICAR EN EL PERIÓDICO OFICIAL Y EN SU DEFECTO EN ALGÚN OTRO LAS CIRCULARES QUE DIRIJAN, ASÍ-COMO EL ESTADO DE LIQUIDACIÓN Y LA CLAUSURA DEL ESTABLECIMIENTO O DESPACHO.

EL MEDIO POR EL QUE NUESTRO CÓDIGO, TRATA DE REGULAR LO RELATIVO AL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, A TODAS LUCES SIN NECESIDAD DE SER TRATADISTA DE LA MATERIA, - NO ES IDONEO NI POR SU ALCANCE, NI POR SU FORMA, NI POR SU CONTENIDO, Y EL HECHO DE QUE DICHAS CIRCULARES SEAN PUBLICADAS EN EL PERIÓDICO OFICIAL, NO HACE MÁS QUE CONFIRMAR - LA NO IDONEIDAD DE TAL CIRCULAR.

TAL OBLIGACIÓN QUE POR CIERTO ES RELATIVA TAMBIÉN CON LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO DIECISEIS, ES - EXPLICANDOLA BREVEMENTE, LA DE PARTICIPAR POR MEDIO DE -- UNA CIRCULAR DIRIGIDA POR CIERTO A LOS DEMÁS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS EN QUE TIENEN SU DOMICILIO, SUCURSALES, ETC. TANTO SUS CIRCUNSTANCIAS ORIGINALES ASÍ COMO LAS MODIFICATIVAS; TAMBIÉN LA DE PUBLICAR EN EL PERIODICO OFICIAL O EN SU DEFECTO EL ALGÚN OTRO PERIODICO LAS CIRCULARES QUE DIRIJAN.

LA RELACIÓN ÍNTIMA QUE EXISTE ENTRE EL CONTENIDO DEL ARTÍCULO DIECISIETE OBJETO DE NUESTRO TRABAJO Y LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO DIECISEIS, PUES ES COMO QUÉ DÓ ASENTADO AL INICIO DE ESTE TRABAJO Y EN EL CAPÍTULO ANTERIOR, UNA IDENTIFICACIÓN SIMILAR A LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA PUBLICIDAD PROPIAMENTE DICHA Y EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

LAS OBLIGACIONES A QUE SE REFIEREN EL ARTÍCULO Y LA FRACCIÓN QUE SE MENCIONAN EN EL PARRAFO ANTERIOR, -- ADEMÁS DE QUE CARECEN DE UNA IMPORTANCIA SUBSTANCIAL EN CUANTO A LA ACTIVIDAD DE LOS COMERCIANTES O SEA EL COMERCIO PROPIAMENTE DICHO, SE DEJAN AMBAS POR ENTERO, POR LO QUE HACE A SU CUMPLIMIENTO, A LA BUENA VOLUNTAD DEL OBLIGADO, EN ESTE CASO EL COMERCIANTE YA QUE AL RESPECTO NO EXISTEN, COMO YA LO VIMOS EN EL CAPÍTULO QUE ANTECEDE, INCISO "E" SANCIÓN ALGUNA QUE PUEDA SER CONSIDERADA SEVERA PARA EL INFRACTOR A DICHS PRECEPTOS, AL RESPECTO COMO DICEN LOS TRATADISTAS ARTURO PUENTE Y FLORES Y OCTAVIO CALVO MARROQUIN "... NO ES USUAL QUE LOS COMERCIANTES CUMPLAN CON ESTAS OBLIGACIONES ...". (26).

=====
(26) PUENTE Y FLORES ARTURO Y OCTAVIO CALVO MARROQUÍN, DERECHO MERCANTIL, CUARTA EDICIÓN MÉXICO 1950, PÁG. 47.

ADEMÁS EL CONTENIDO QUE SE INFIERE DE LA OBLIGACIÓN RESPECTIVA, (ES LA DE ANUNCIAR SU CALIDAD MERCANTIL-EL COMERCIANTE), Y TAL OBLIGACIÓN SOLO TIENE INTERÉS REALMENTE PARA EL MISMO COMERCIANTE, Y POR LO QUE HACE A LAS-OTRAS PARTES QUE INTERVIENEN O PUDIERAN INTERVENIR EN LAS CIRCUNSTANCIAS QUE SE SUSCITAN A TRAVÉS DE LA VIDA DEL CO-MERCIANTE, EL MAESTRO TENA RAMIREZ NOS DICE: "... PARA - EL PÚBLICO, PARA LOS TERCEROS QUE CON AQUEL (EL COMER- -CIANTE), VAYAN A ENTRAR EN RELACIONES JURÍDICAS ... LO-QUE SÍ HA DE INTERESARLES ES CONOCER LA SITUACIÓN DEL CO-MERCIANTE, MÁS PARA ESO, ESTÁ LA SITUACIÓN DEL REGISTRO - PÚBLICO DEL COMERCIO ..." (27).

SIN TRATAR DE CONTRADECIR AL MAESTRO, NOSOTROS-CONSIDERAMOS QUE TIENE RAZÓN AL MANIFESTAR QUE PARA LOS -TERCEROS QUE NECESARIAMENTE LLEGARAN A ENTRAR EN RELACIO-NES JURÍDICO-COMERCIALES CON EL COMERCIANTE TITULAR DEL -ESTABLECIMIENTO O DESPACHO, LO QUE DEBE INTERESARLES ES -LA SITUACIÓN GENERAL DEL COMERCIANTE, PERO NO CREEMOS QUE ESA SEA O QUE PARA ESA SITUACIÓN ESTÁ EL REGISTRO PÚBLICO DEL COMERCIO, PUES LA FUNCIÓN DE DICHO REGISTRO AUNQUE IN-TIMAMENTE RELACIONADA CON LA OBLIGACIÓN A QUE SE REFIERE-NUESTRO CUERPO DE LEYES A QUE NOS HEMOS REFERIDO, PERO NO LLENA NI CON MUCHO LA FUNCIÓN DE ANUNCIAR LA CALIDAD MER-CANTIL DE LOS COMERCIANTES PROPIAMENTE DICHO.

POR LO QUE CONSIDERAMOS QUE TANTO EL PRIMER CA-PÍTULO DEL TÍTULO SEGUNDO DEL CÓDIGO DE COMERCIO ACTUAL, -O SEA "DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL", ASÍ COMO TAM-BIÉN POR LA ÍNTIMA RELACIÓN QUE GUARDA CON NUESTRO TEMA, -

(27) TENA RAMÍREZ FELIPE DE J., DERECHO MERCAN-TIL MEXICANO, SEXTA EDICIÓN, MÉXICO 1970, PÁG. 166.

LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO DIECISEIS, EN NUESTRO CONCEPTO NO LLEVA PUBLICIDAD ALGUNA EN SU SENTIDO ESTRICTO, - ADEMÁS DE POR LAS RAZONES HASTA AHORA MENCIONADAS, COMO -- TAMBIÉN POR LA NO IDONEIDAD DE LOS MEDIOS UTILIZADOS (MÁS-- TODAVÍA POR LA FORMA Y CONTENIDO) COMO POR LOS ALCANCES Y-- DESTINOS QUE LOS MISMOS MEDIOS PRETENDE DAR EL ACTUAL CÓDIGO DE COMERCIO.

B) ALCANCES DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

EL PRESENTE TEMA PARA SU DESARROLLO REQUIERE NECESARIAMENTE, QUE ANTES DE ENTRAR AL FONDO DEL TEMA SE DISTINGA ENTRE EL ALCANCE DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL TEORICAMENTE HABLANDO, CONSIDERANDO EL TEMA COMO UN OBJETO A ESTUDIO, Y TAMBIÉN VER EL ALCANCE DEL PROPIO ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, SEGÚN COMO SE ENCUENTRA REGLAMENTADO EN NUESTRO MULTICITADO ARTÍCULO DIECISIETE DEL CÓDIGO DE - COMERCIO VIGENTE.

TRATAREMOS PRIMERO DE ENCONTRAR CUALES SERÍAN LOS ALCANCES QUE TIENE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, COMO TEMA DE ANALISIS A ESTUDIO, ES DECIR EN TEORÍA DOCTRINALMENTE, EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL PRETENDE PRIMERAMENTE Y SIN LUGAR A DUDAS HACER PUBLICIDAD EN SU SENTIDO AMPLIO, PUBLICIDAD QUE VA DIRIGIDA TANTO A LOS COMERCIANTES DE LA LOCALIDAD, COMO A LOS DE LAS PARTES DONDE TENGAN REPRESENTANTES, SUCURSALES, ETC., TAMBIÉN A LOS DIVERSOS - TERCEROS CON QUIENES TENGAN O PUEDAN LLEGAR A TENER RELACIONES JURÍDICO-COMERCIALES, ASÍ COMO TAMBIÉN A LAS DIVERSAS AUTORIDADES DE CARACTER ADMINISTRATIVO, CON QUIENES Y A QUIENES NECESARIAMENTE LES DEBERÁ HACER SABER EL COMERCIANTE LA APERTURA O INICIACIÓN DE ACTIVIDADES DEL COMER--

CIO O DESPACHO, ES DECIR CONSIDERAMOS QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL EN SÍ TIENE UN FÍN AMPLÍSIMO, PUES TIENE EL ALCANCE GENERAL DE ANUNCIAR O DE DAR A CONOCER A TODAS AQUELLAS PERSONAS FÍSICAS O MORALES, COMERCIALES O PARTICULARES, AUTORIDADES ADMINISTRATIVAS, ETC., TODAS AQUELLAS CIRCUNSTANCIAS Y ACCIDENTES QUE RODEEN AL COMERCIANTE DESDE SU APERTURA O INICIO, A LO LARGO DE SU DESARROLLO DE ACTIVIDADES HASTA SU CIERRE O CLAUSURA.

POR LO QUE SE PUEDE DECIR QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL PRETENDE ALCANZAR POR TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DAR PUBLICIDAD O ANUNCIAR, ESTABLECIENDO UNA COMUNICACIÓN GRÁFICA, ORAL, OBJETIVA, VISUAL, ETC., ETC., DE UN PRODUCTO BIEN O SERVICIO, Y DE LAS OBLIGACIONES DEL COMERCIANTE PARA CON EL ESTADO, PARA TODAS LAS PERSONAS Y AUTORIDADES QUE ESTÁN RELACIONADAS O PUEDAN LLEGAR A ESTAR, CON TODO AQUELLO QUE SE DICE Y SE REFIERE AL COMERCIO, DIRIGIR DICHA PUBLICIDAD A TODOS SIN EXCLUSIVIDAD DE UN GRUPO DETERMINADO, INCLUYENDOSE POR LO TANTO, DENTRO DEL REFERIDO TÉRMINO "TODOS", A LOS TERCEROS JURIDICAMENTE HABLANDO ENTENDIENDOSE COMO TALES A LOS QUE ENTABLAN O PUEDAN LLEGAR A ENTABLAR RELACIONES JURÍDICAS CON EL COMERCIANTE; Y NO CREEMOS NOSOTROS QUE EL ALUDIDO ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, COMO TAL, VAYA DIRIGIDO O SEA SU DESTINO EL REDUCIDO EXCLUSIVO GRUPO DE LOS COMERCIANTES, QUEDANDO MARGINADO EL EXTENSÍSIMO BLOQUE QUE CONFORMAN LOS TERCEROS.

AUNQUE TÉCNICAMENTE HABLANDO, DIJIMOS QUE EL ANUNCIO CONSTITUYE UN MEDIO PUBLICITARIO, EN NINGÚN MOMENTO SE HA HECHO LA ACEPTACIÓN DE QUE FUERA PUBLICIDAD PROPIAMENTE DICHA, EN ESE ASPECTO, EL SEÑOR LICENCIADO ROBER

TO MANTILLA MOLINA MANIFIESTA QUE: "LA PUBLICIDAD MERCANTIL SE EFECTÚA POR UNA PARTE, MEDIANTE CIRCULARES E INSERCIÓN DE ANUNCIOS EN EL PERIÓDICO OFICIAL, POR OTRA PARTE A TRAVÉS DEL REGISTRO DE COMERCIO." (28).

EN NUESTRO CONCEPTO LOS MEDIOS Y REALIZACIONES QUE ENUNCIA EL MAESTRO MANTILLA MOLINA EN SU LIBRO, NO LLEVAN PUBLICIDAD PROPIAMENTE DICHA, SINO QUE LLEVARÍA ANUNCIO LEGAL MERCANTIL, CON DESTINO CIRCUNSCRITO AL GRUPO EXCLUSIVO DE COMERCIANTES, QUEDANDO MARGINADOS LOS TERCEROS, QUE DEBERÍA QUEDAR TAMBIÉN COMO DESTINATARIOS, PARA CONSTITUIR ASÍ EL ALCANCE VERDADERO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

ESTO SIN DEJAR DE RECONOCER, QUE LA OPINIÓN DEL MAESTRO MANTILLA MOLINA, POR LO QUE HACE AL REGISTRO DE COMERCIO, ESTE TIENE OBTIAMENTE UN CONTENIDO PUBLICITARIO EL DE QUE TODAS LAS INSCRIPCIONES QUE SE LLEVEN A CABO EN EL MENCIONADO REGISTRO TIENEN LA FINALIDAD DE SURTIR EFECTOS FRENTE A TERCEROS, SIN ESPECIFICAR A QUE TERCEROS, SINO FRENTE A LOS TERCEROS EN GENERAL; AL RESPECTO EL MAESTRO JACINTO PALLARES, SEÑALA QUE: "EL PROPÓSITO DE LA LEY AL ESTABLECER EL REGISTRO MERCANTIL ES QUE CONSTE DE UNA MANERA OFICIAL Y AUTENTICA LA SITUACIÓN JURÍDICA DEL COMERCIANTE". (29).

O COMO TAMBIÉN LO SOSTIENE EL TRATADISTA COSACK KONRAD: "EL FÍN DEL REGISTRO MERCANTIL ES QUE LA DECLARACIÓN INTEGRAL QUE EN EL HA SIDO INSCRITA, SEA PUESTA EN CO

=====

(28) MANTILLA MOLINA ROBERTO L., DERECHO MERCANTIL, NOVENA EDICIÓN, MÉXICO, 1966, PÁG. 131.

(29) PALLARES JACINTO, DERECHO MERCANTIL MEXICANO, LIBRO SEGUNDO, DERECHO PÚBLICO MERCANTIL, MÉXICO, 1891, PÁG. 332.

NOCIMIENTO DEL PÚBLICO". (30).

"EN EL DERECHO MEXICANO, LA FUNCIÓN DE LA PUBLICIDAD ES LA PRINCIPAL DE LAS QUE RESULTAN DEL REGISTRO ...". (31).

EN RELACIÓN CON EL OTRO ASPECTO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, QUE TRATAMOS DE ANALIZAR EN CUANTO A SU ALCANCE Y QUE ES DESDE EL PUNTO DE VISTA A COMO LO CONTEMPLA NUESTRO CÓDIGO DE COMERCIO, PODEMOS DECIR SIN LUGAR A DUDAS, QUE ES DEFICIENTE LA FORMA EN QUE SE ENCUENTRA REGULADO NUESTRO TEMA, ADEMÁS DE SER CIENTO POR CIENTO INOPERANTE TAL REGLAMENTACIÓN.

NUESTRA LEGISLACIÓN ENCAJONA EN UN SOLO ARTÍCULO, EL DIECISIETE, O PODRÍAN SER DOS, TAMBIÉN EL DIECISEIS EN SU FRACCIÓN PRIMERA, LO QUE DEBERÍA SER REGLAMENTADO EN UN APARTADO DEBIDAMENTE ARTICULADO, Y NO ATIBORRAR DE UNA SERIE DE OBLIGACIONES, REQUISITOS, ETC., INHERENTES A LOS COMERCIANTES EN UN SOLO ARTÍCULO, SIENDO QUE ESA SERIE DE DISPOSICIONES RELATIVAS A UN GRUPO DE OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES REVISTEN SI NO UNA IMPORTANCIA FUNDAMENTAL O ESENCIAL, SÍ UNA IMPORTANCIA SUAMAMENTE BENEFICIOSA, TANTO PARA LOS COMERCIANTES EN SÍ COMO PARA TODOS AQUELLOS TERCEROS QUE PUDIERAN LLEGAR A TENER RELACIONES CON EL COMERCIO O DESPACHO.

- (30) COSAK KONRAD, TRATADO DE DERECHO MERCANTIL, TRADUCCIÓN DE ANTONIO POLO A LA DECIMA SEGUNDA EDICIÓN, MADRID, 1935, PÁGS. 11 Y 12.
- (31) RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JOAQUÍN, CURSO DE DERECHO MERCANTIL, TOMO PRIMERO, MÉXICO, - 1966, PÁG. 243.

IGUALMENTE NUESTRO CÓDIGO OLVIDA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL ES AMPLISIMA, A ELLA SE DEDICAN INFINIDAD DE PERSONAS, Y QUE ESA MISMA ACTIVIDAD ES FUNDAMENTAL YA NO SE DIGA PARA UNA NACIÓN O PARA UN PAÍS, SINO PARA UNA POBLACIÓN O CIUDAD, Y DESDE CUALQUIERA DE ESTOS PUNTOS DE VISTA QUE SE VEA, LOS COMERCIANTES DE CUALQUIERA DE ESAS ENTIDADES A QUE NOS REFERIMOS, VAN A ENTRAR EN RELACIONES CON TERCERAS PERSONAS QUE PUEDEN IR DESDE EL PARTICULAR INDIVIDUAL COMO CLIENTE, HASTA OTRO TIPO DE ORGANIZACIONES COMERCIALES, ESTATALES U ORGANOS GUBERNAMENTALES, ETC., IGUALMENTE COMO CLIENTES.

AHORA BIEN INDEPENDIEMENTE DE QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, DEBA O NO TENER SANCIÓN LA OBLIGACIÓN RESPECTIVA, Y DE QUE DEBA O NO SUBSANARSE TAL OMISSION EVITANDOLA Y NO DEROGARSE DICHA OBLIGACIÓN, O TAMBIÉN QUE DEBA O NO ESTABLECERSE OBLIGATORIAMENTE SOLO PARA DETERMINADAS PERSONAS JURÍDICAS, IGUALMENTE DE QUE DEBA O NO ANUNCIARSE LA CALIDAD DE LO MERCANTIL Y NO LA CALIDAD DE LO COMERCIANTE, Y DE QUE DEBA O NO HACERSE POR MEDIO DE LAS CAMARAS DE INDUSTRIA O DE COMERCIO, CONSIDERANDOSE COMO CUERPOS ABARCANTES A TODA LA REPÚBLICA Y NO SOLO POR CIRCULARES EXCLUSIVAS AL GRUPO TAMBIÉN EXCLUSIVO DE LOS COMERCIANTES DE LAS RESPECTIVAS PLAZAS; ASIMISMO DE QUE DEBA O NO TENER PARA LA OBLIGACIÓN PUBLICITARIA, EL CÓDIGO DE COMERCIO UNA SANCIÓN.

INDEPENDIEMENTE DE TODO ESΟ, REPETIMOS EN NUESTRO CONCEPTO CONSIDERAMOS QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL NO CONTIENE PUBLICIDAD PROPIAMENTE DICHA, PUES EN LA FORMA COMO SE ENCUENTRA REGULADO DICHO TEMA, NO LLEVA IMPLICITA UNA VERDADERA Y REAL COMUNICACIÓN, TANTO MÁS CUANTO, QUE COMO YA LO MANIFESTAMOS HASTA LA SOCIEDAD NOVA DIRIGIDA AL PÚBLICO EN GENERAL (TERCEROS), SINO AL GRU

PO REDUCIDO Y EXCLUSIVO DE LOS COMERCIANTES.

Y AÚN EN CUANTO AL GRUPO EXCLUSIVO DE LOS CO---
MERCIANTEs, ES DE DUDARSE QUE SE ABARQUE TAL GRUPO, YA LO
EN SU TOTALIDAD SINO NI SIQUIERA EN UN CINCUENTA POR CIE---
NTO; CON MAYOR RAZÓN YA QUE SOLO SE ENTERARÍAN UNA PARTE -
DE LOS COMERCIANTES QUE SE ENCONTRARAN ORGANIZADOS EN LAS
CAMARAS INDUSTRIALES Y DE COMERCIO EXISTENTES EN UN MOMEN---
TO DADO.

ADEMÁS NO SE LOGRA, ES MÁS NI SE PERSIGUE LA FI---
NALIDAD SOCIAL PERSEGUIDA (BIENESTAR SOCIAL, VERDAD Y SE---
GURIDAD) Y SÍ POR EL CONTRARIO VA ENCAMINADA AL INTERÉS -
EXCLUSIVO DEL GRUPO DE LOS COMERCIANTES.

TAMBIÉN POR LO QUE HACE A LOS MEDIOS UTILIZADOS
(PRENSA ANSILAR Y CIRCULARES DEL MISMO CORTE), REGISTRO A
MERCED DE LA VOLUNTARIEDAD PERSONAL DEL INTERESADO CONTE---
NIENDO INFORMACIÓN QUE NO ES FEHACIENTE, Y POR LO QUE HA---
CE A SU DESTINO ESTA SUJETA A LA EXHIBICIÓN DE PREVIA DE---
MOSTRACIÓN DE INTERÉS LEGÍTIMO Y EN CONSECUENCIA SE PRE---
SENTAN OBSTÁCULOS PARA OBTENERLA UN TERCERO, NO SON IDO---
NEOS, NI CON MUCHO TIEMEN EL ALCANCE QUE SE SUPONE DEBE---
RÍAN TENER (GENERALIZADOS).

POR LO QUE HACE AL REGISTRO DE COMERCIO ESTE ME---
DIO DE PUBLICAR O DAR A CONOCER EL ANUNCIO DE LA CALIDAD---
MERCANTIL, NO ES ACTIVO, PUES NO SE HACE POR INCERSIONES---
EN PERIODICOS QUE LLEGUEN AL CONOCIMIENTO DE UN CÍRCULO -
LO MÁS AMPLIO POSIBLE, NI POR MEDIDAS SIMILARES SINO POR---
POSIBILIDAD LEGAL DE ACCESO A SUS LIBROS Y REGISTROS DE -

LOS INTERESADOS. (32).

LA POSIBILIDAD ANTERIOR VIENE A SER LO QUE EN DOCTRINA LLAMAN PUBLICIDAD FORMAL, Y EN CUANTO A LO QUE LA MISMA CONSIDERA PUBLICIDAD MATERIAL, YA EN SU ASPECTO POSITIVO, QUE ES EL EFECTO PRODUCIDO POR LA INSCRIPCIÓN, CONSISTENTE EN QUE LO QUE SE ENCUENTRA INSCRITO SE SUPONE ES CONOCIDO POR TERCEROS Y EN CONSECUENCIA DEBE DEPARARLES PERJUICIO, YA EN SU ASPECTO NEGATIVO, QUE ES EL EFECTO CONSISTENTE EN QUE LO NO INSCRITO NO PUEDE PERJUDICAR AL TERCERO, ESTE ASPECTO DE PUBLICIDAD GIRA EN TORNO DEL TERCERO, QUE ES EN GENERAL A QUIEN VA DIRIGIDA LA PUBLICIDAD O EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, PERO AL RESPECTO DEL REGISTRO Y A PESAR DE QUE EL DERECHO DE MANIFESTACIÓN ES LIBRE, LA OBTENCIÓN DE INFORMES EN EL REGISTRO RESPECTO DE ALGUNA CIRCUNSTANCIAL DE UN DETERMINADO COMERCIANTE QUE SE ENCUENTRE INSCRITO, ESTÁ LIMITADA TAL OBTENCIÓN YA QUE ESA CERTIFICACIÓN DE CONSTANCIAS SOLO PUEDE OBTENERSE A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA O POR ORDEN JUDICIAL.

RESULTANDO DE LO ANTERIOR QUE EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL REALIZADO A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO DEL REGISTRO DE COMERCIO, NO SE HACE LLEGAR AL DESTINATARIO GENERAL DEL MISMO QUE LO ES EL TERCERO, CONSIDERANDO COMO TAL, NO SOLO AQUEL QUE ENTABLE RELACIONES JURÍDICAS CON EL COMERCIANTE, SINO TAMBIÉN TODO AQUEL QUE ESTÉ EN POSIBILIDAD DE HACERLO.

=====
(32) COSACK KONRAD, OB. CITADA, PÁG. 12, EN EL MISMO SENTIDO: RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JOAQUÍN, OB. CIT. PÁG. 247.

POR OTRO LADO, SUPONIENDO QUE UN TERCERO LOGRE U OBTENGA LA INFORMACIÓN DEL COMERCIANTE DESEADA EN VIRTUD DE NO PODER SEGUIR DIARIAMENTE EL MOVIMIENTO QUE PRESENTE EL REGISTRO, PUES CONSECUENTEMENTE IGNORARÁ LAS MODIFICACIONES O ALTERACIONES REGISTRADAS.

C) NUEVOS SISTEMAS AL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

NO SOLO EN LA LEGISLACIÓN MEXICANA SINO CASI EN TODOS LOS ORDENES JURÍDICOS, SE CONSIGNAN CINCO FUNDAMENTALES OBLIGACIONES RELATIVAS A TODO INDIVIDUO, QUE A SABER SON:

- 1.- OBLIGACIÓN DEL REGISTRO CIVIL (NACIMIENTO, ESTADO CIVIL, FALLECIMIENTO).
- 2.- OBLIGACIÓN DE MANIFESTAR LA PROPIEDAD.
- 3.- OBLIGACIÓN DE TENER MODO HONESTO DE VIVIR.
- 4.- OBLIGACIÓN DEL SERVICIO MILITAR.
- 5.- OBLIGACIÓN DE CONTRIBUIR AL GASTO PÚBLICO (IMPUESTOS, DERECHOS, CONTRIBUCIONES, ETC.).

SI EL ESTADO SE PROPUSIERA COORDINAR ESTAS CINCO ACTIVIDADES OBLIGACIONALES A TRAVÉS DE LAS DEPENDENCIAS CREADAS PARA EL CONTROL DE LAS MISMAS CONSIDERAMOS QUE SERÍA MUY DIFÍCIL ESCAPARSE DEL CUMPLIMIENTO DE CADA UNA DE Ellas, EN TAL SITUACIÓN ES DE CONSIDERARSE LO SIGUIENTE, -

QUE SE CREARA UNA DEPENDENCIA O INSTITUTO ESPECIALIZADO - CON PERSONAL COMPETENTE PARA EL CUMPLIMIENTO DE SU COMETIDO, CON UNA REGLAMENTACIÓN DEBIDA Y ADECUADA EN LA QUE, - ASÍ COMO EL DERECHO PROTEGE NO SOLO AL NACIDO Y REGISTRADO SINO HASTA EL CONCEBIDO Y AL FALLECIDO, YA QUE TANTO - UNO COMO EL OTRO PUEDEN, Y EN LA REALIDAD SE DAN CASOS; - ESTAR DENTRO DEL GRUPO DE LOS COMERCIANTES AÚN CUANDO NO SE ENCONTRARAN REGISTRADOS COMO TALES (A TRAVÉS DE LA FIGURA JURÍDICA CONOCIDA COMO REPRESENTACIÓN, COMO EN EL CASO DE MENORES INCAPACITADOS, ETC.), Y QUE EN DICHO INSTITUTO SE LLEVARAN COORDINADAS ESAS CINCO ACTIVIDADES OBLIGACIONALES, A TRAVÉS DE SUS RESPECTIVAS DEPENDENCIAS, Y - UN CONTROL GENERAL Y TOTAL DE LA POBLACIÓN, ES DECIR UN - INSTITUTO COMERCIAL, EN EL CUAL TODO SER PROTEGIDO POR EL DERECHO QUEDARÁ REGISTRADO AUTOMÁTICAMENTE Y DEBIDAMENTE-CLASIFICADO.

EN DICHO INSTITUTO SE PODRÍA CREAR DOS SECCIONES UNA DE LOS COMERCIANTES Y OTRA LA DE NO COMERCIANTES.

POR VÍA DE EJEMPLO PODRÍAMOS DECIR QUE EL PROCEDIMIENTO SERÍA EL SIGUIENTE, LOS PADRES AL ACUDIR AL REGISTRO CIVIL CORRESPONDIENTE A REGISTRAR A ALGUNO DE SUS HIJOS, EN EL MISMO REGISTRO SE LE IMPONDRÍA LA OBLIGACIÓN DE DECLARAR EN TAL ACTO SI EL MENOR REGISTRADO NACIÓ O NO COMERCIANTE, ES DECIR QUE PUEDE SER HEREDERO YA DE ALGÚN COMERCIO O DESPACHO, MISMO QUE FUNCIONARÍA POR UN REPRESENTANTE, O SI LOS PADRES LO INSTITUYEN EN ESE ACTO COMERCIANTE, EN VIRTUD DE QUE A NOMBRE DE TAL MENOR SE IBA A PONER ALGÚN COMERCIO O DESPACHO QUE IGUALMENTE FUNCIONARÍA CON UN REPRESENTANTE.

SIMULTANEAMENTE SE ESTABLECERÍA TAMBIÉN LA OBLIGACIÓN DE DAR AVISO AL INSTITUTO COMERCIAL ESPECIALIZADO DE LAS CIRCUNSTANCIAS MODIFICATIVAS EN UN PLAZO DETERMINADO, PREVENIDOS DE SANCIONES EN CASO DE INCURRIR EN EL INCUMPLIMIENTO.

SUPONIENDO QUE ESE RECIÉN NACIDO SE ESCAPARA DE DAR SUS DATOS CORRESPONDIENTES AL REGISTRO CIVIL Y EN CONSECUENCIA AL REGISTRO DEL INSTITUTO DE COMERCIO, POSTERIORMENTE AL CRECER ESE RECIÉN NACIDO TENDRÍA QUE ACUDIR AL CUMPLIMIENTO DE SU SERVICIO MILITAR, DONDE SE LE APLICARÍA EL MISMO PROCEDIMIENTO QUE SE LLEVÓ A CABO EN EL REGISTRO CIVIL, Y ASÍ SUCESIVAMENTE SE IRÍA SUCEDIENDO EL MISMO PROCEDIMIENTO CON LAS DEMÁS OBLIGACIONES Y DEPENDENCIAS RESPECTIVAS LAS CUALES SERÍAN COORDINADAS Y CONTROLADAS POR EL INSTITUTO COMERCIAL.

CLARO QUE DENTRO DE LAS OBLIGACIONES FUNDAMENTALES HUBIERAMOS ENCAJADO TAMBIÉN LA DE EDUCAR Y DE EDUCARSE, PERO DEBIDO AL PROBLEMA DE DESCONTROL QUE PRESENTA EN NUESTRO PAÍS LA EDUCACIÓN OBLIGATORIA, PUES CONSIDERAMOS PRUDENTE POR EL MOMENTO NO INCLUIRLA AUNQUE SERÍA DE DESEARSE.

POR SU PARTE EL GOBIERNO, CONTROLADOR NATURALMENTE DEL INSTITUTO DE COMERCIO ALUDIDO DARÍA LA PUBLICIDAD RESPECTIVA, MISMA QUE PODRÍA SER DE DOS MANERAS A ESCOGER.

PRIMERA. QUE SERÍA LA MÁS ECONÓMICA, CONSISTIRÍA EN IMPONER COMO OBLIGACIÓN A CADA DIARIO (PRENSA CO--

MERCIAL), EL DEDICAR UNA O VARIAS PÁGINAS (SEGÚN LA NECESIDAD), DEL MISMO DIARIO A EFECTO DE PUBLICAR EL INFORME RECABADO Y RENDIDO TODOS LOS DÍAS POR EL INSTITUTO COMERCIAL RESPECTO DE LOS QUE VAN ADQUIRIENDO O PERDIENDO LA CALIDAD DE COMERCIANTE, CON SUS ACCIDENTES Y CIRCUNSTANCIAS DEL MOMENTO, CON UN SISTEMA ADECUADO DE PLAZOS Y REGLAMENTACIÓN DETALLADA.

SEGUNDA. ESTA SERÍA MÁS ONEROSA QUIZÁ, PERO - ESTIMAMOS MÁS COMPLETA Y DE UN MEJOR CONTROL YA QUE CONSISTIRÍA EN QUE: UN DIARIO OFICIAL SUBENCIONADO Y MANEJADO EN TODOS SUS ASPECTOS POR EL GOBIERNO, SE DEDICARA -- ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE A PUBLICAR EL INFORME DIARIO DEL INSTITUTO DE COMERCIO, DICHO INSTITUTO PARA MEJOR PROVEER TENDRÍA AGENCIAS ESTATALES Y EN TODA LA REPÚBLICA MEXICANA, INCLUSIVE SE BOLETINARÍAN DICHS INFORMES A TODOS -- LOS CONSULADOS MEXICANOS EN FORMA OFICIAL, YA QUE LAS RELACIONES COMERCIALES HAN ALLANADO LAS FRONTERAS TERRITORIALES, SE FIJARÍAN TALES BOLETINES EN LUGARES PÚBLICOS-- Y EN CENTROS DE REUNIONES PÚBLICAS, ASÍ COMO DEPENDEN-- CIAS OFICIALES PARA ASÍ NO QUEDAR MARGINADO DE ELLOS NINGÚN TERCERO POSIBLE, Y SE CUMPLIRÍAN ASÍ TANTO LA OBLIGACIÓN DE INSCRIPCIÓN COMO LA DE PUBLICACIÓN CORRESPONDIENTE.

EN CUANTO A LEGISLACIÓN HUBO EN EL AÑO DE 1947, UN PROYECTO DE CÓDIGO DE COMERCIO, EL CUAL TRATABA EL TEMA QUE ESTAMOS DESARROLLANDO EN ESTE TRABAJO, EN EL CAPÍTULO PRIMERO DEL TÍTULO PRIMERO, LIBRO SEGUNDO, DENOMINADO "DE LAS OBLIGACIONES PROFESIONALES DE LOS COMERCIANTES", CONSIDERADO CON BASE EN EL ACTUAL CÓDIGO, AL CUAL TRATÓ DE SUPERAR PERO RESPETANDO EL FONDO HASTA DONDE --

FUERA POSIBLE, SOBRE TODO RESPECTO DE NUESTRO TEMA EN EL CUAL LA REGULACIÓN DE ESTAS OBLIGACIONES SE HIZO INCLUSIVE CON EPÍGRAFOS SIMILARES, SI BIEN MÁS AMPLIO EL DEL PROYECTO INTENTANDO SOLUCIONES PRACTICAS Y SANCIONES DE PESO PARA LOS COMERCIANTES QUE INCUMPLIERAN EL ANUNCIO.

DICHO PROYECTO EN SU ARTÍCULO 396 ESTABLECE EL CONTENIDO DE ESTA OBLIGACIÓN MANIFESTANDO QUE LA MISMA - CONSISTE "EN PRIMER LUGAR, EN EL ANUNCIO DE LA CALIDAD - DEL COMERCIANTE Y NO DE LA CALIDAD MERCANTIL EN ABSTRACTO, COMO LO ESTABLECE EL CÓDIGO DE COMERCIO (ACTUAL), Y - EN SEGUNDO LUGAR, EL ANUNCIO DEL ESTABLECIMIENTO DE SUCURSALES Y AGENCIAS.

EL PROYECTO IMPONE EL CUMPLIMIENTO DE ESTA --- OBLIGACIÓN TANTO PARA EL COMERCIANTE INDIVIDUAL COMO RESPECTO A LAS SOCIEDADES, ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA CORRESPONDIENTE, SOLUCIÓN BASTANTE DISTINTA A LA QUE CONTEMPLA EL CÓDIGO EN VIGOR EN SU ARTÍCULO DIECISIETE, QUE SOLO EXIGE QUE EL ANUNCIO SE HAGA POR MEDIO DE - CIRCULAR DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE LAS PLAZAS EN QUE (ESTO PARA EL CASO DE LOS COMERCIANTES QUE ANUNCIAN SU - APERTURA) TENGAN SU DOMICILIO". (33).

LA SOLUCIÓN QUE ESTE PROYECTO DE CÓDIGO DE COMERCIO DE 1947, PRESENTA, VIENE A SER UN CLARO Y ACERTADO AVANCE EN LO RELATIVO A NUESTRO TEMA DE ESTUDIO, PORQUE EL PROCEDIMIENTO QUE CONTEMPLA CONSISTE EN QUE HABRÁ DE ACUDIRSE EN SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN Y DANDO LOS DA-----

TOS A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO RELATIVO A LOS CUERPOS PROFESIONALES ENCARGADOS O INSTITUIDOS PARA EL FÍN QUE SON LAS CAMARAS RESPECTIVAS, MISMAS QUE ESTÁN ENCARGADAS DE REALIZAR CONFORME A LA LEY (ARTÍCULO QUINTO DE LA LEY DE CAMARAS DE COMERCIO Y DE LAS DE INDUSTRIA), LA INSCRIPCIÓN Y EL REGISTRO EN TODA LA REPÚBLICA.

POR LO QUE HACE A LOS DATOS QUE EL COMERCIANTE HABRÁ DE DAR, EL PROYECTO REPRODUCE EL CONTENIDO DE LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO DIECISIETE VIGENTE, REFERENTE AL BALANCE DE APERTURA CUYO DATO SE JUZGÓ FUNDAMENTAL POR LA COMISIÓN REDACTORA DEL PROYECTO DE QUE SE TRATA DÁNDOLE PRACTICIDAD A LOS EFECTOS DE LA INSCRIPCIÓN Y ANUNCIO EN LAS CAMARAS CORRESPONDIENTES.

SEGÚN EL MENCIONADO PROYECTO LAS CAMARAS EN SUS ARCHIVOS CONSERVARÁN A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO LOS DATOS OBLIGATORIOS QUE EL COMERCIANTE MANIFIESTE, CON LO QUE EL PROYECTO TRATABA DE QUE CUALQUIER INTERESADO COMERCIANTE O NO ESTÉ EN POSIBILIDAD DE CONOCER DICHS DATOS, DÁNDOLES A LOS ARCHIVOS DE LAS CAMARAS RESPECTIVAS EFECTOS PUBLICITARIOS COMO EL QUE TIENE ACTUALMENTE O MÁS BIEN PRETENDE TENER EL REGISTRO DE COMERCIO.

EL REFERIDO PROYECTO CONTIENE TAMBIÉN UNA NORMA SANCIONADORA QUE ESTABLECE UNA MULTA PARA TODO AQUEL COMERCIANTE REMISO.

EN NUESTRO HUMILDE CONCEPTO, EL PROYECTO DE QUE SE TRATA REPRESENTA UN AVANCE POR LO QUE SE REFIERE A NUESTRO TEMA OBJETO DE ESTUDIO PERO NADA MÁS, YA QUE -

SE BUSCA UN MEDIO MÁS AMPLIO, PUES SIMPLEMENTE POR LO QUE HACE A LA PUBLICIDAD GENERAL QUE SE PRETENDE TENGA LA CALIDAD MERCANTIL, ÉSTA SERÍA LA MISMA EXISTENTE ES DECIR, POSIBILIDAD DE ACUDIR AL REGISTRO DE COMERCIO Y BUSCAR - LOS DATOS DESEADOS, EN CONSECUENCIA ADOLECE DE LAS MISMAS LIMITACIONES QUE HEMOS ANOTADO AL REGISTRO.

POR LO QUE HACE A LAS CAMARAS PRESENTARÍAN EL INCONVENIENTE DE CONSTITUIRSE PARA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES DE LOS COMERCIANTES PRINCIPALMENTE, COMO SE DEDUCE DEL CONTENIDO DEL ARTÍCULO CUARTO DE LA LEY DE CAMARAS DE COMERCIO Y DE LA INDUSTRIA QUE MENCIONA:

LAS CAMARAS TENDRÁN COMO OBJETO:

- I.- REPRESENTAR LOS INTERESES GENERALES DEL COMERCIO
- II.- PARTICIPAR EN LA DEFENSA DE LOS INTERESES PARTICULARES DE LOS COMERCIANTES

INCLUSIVE, PUEDE SUCEDER COMO EN LA REALIDAD - PASA, QUE NISIQUIERA LLEGUE A AFILIAR AL TOTAL DEL CONGLOMERADO DE LOS COMERCIANTES, YA QUE SOLO AGRUPA EN SUS FILAS A LOS COMERCIANTES QUE TIENEN COMO CAPITAL MANIFESTADO LA CANTIDAD DE DOS MIL QUINIENTOS PESOS EN ADELANTE, COMO SE DESPRENDE DEL CONTENIDO DEL ARTÍCULO QUINTO DE LA MISMA LEY, Y TAL AGRUPACIÓN SE REALIZA BAJO UN RÉGIMEN DE CUOTAS TANTO POR LA INSCRIPCIÓN COMO POR LOS SERVICIOS, POR LO QUE SE PODRÍA INFERIR QUE ES DE DUDARSE - QUE SE DEN LOS DATOS VEROSIMELES DEL COMERCIANTE, PUES -

LA CAMARA NO EXIGE COMPROBACIÓN DE LOS MISMOS, DEJÁNDOSE A LA VOLUNTARIEDAD DEL DECLARANTE TANTO EL CONTENIDO COMO EL LIMITE DE LO DECLARADO.

POR OTRA PARTE PUEDE SUCEDER TAMBIÉN QUE AÚN - LOS AGRUPADOS NO TENGAN LOS MEDIOS PARA SOSTENER DICHO - ORGANISMO (CAMARA) COMO LO ESTABLECE EL ARTÍCULO NOVENO-FRACCIÓN TERCERA, SEGUNDO PÁRRAFO, DE LA LEY DE CAMARAS-ANTES ALUDIDA. PUDIENDO DARSE EL CASO DE QUE AÚN CUANDO SE AGRUPARA UN NÚMERO CONSIDERADO, NO LLEGASE AL EXIGIDO QUE SON CINCUENTA COMO MÍNIMO TAL COMO LO ESTABLECE EL - ARTÍCULO NOVENO FRACCIÓN NOVENA, DEL CUERPO DE PRECEPTOS MENCIONADOS, Y DE LLEGAR, QUEDARÍAN LOS DEMÁS FUERA DE - DICHO ORGANISMO Y POR CONSIGUIENTE AL MARGEN DE LA OBLI-GACIÓN TANTO DE INSCRIPCIÓN Y MANIFESTACIÓN, EN SU SITUACIÓN, ASÍ COMO DE LAS ALTERACIONES, MISMAS QUE POR CIER-TO EN LA LEY ACTUAL SE SUJETAN A UN RÉGIMEN DE MULTAS Y-NADA MÁS QUEDANDO POR TANTO LOS VICIOS EXISTENTES.

POR LO EXPUESTO Y POR LO MUCHO QUE FALTA DE -- AGREGARLE, ES QUE CONSIDERAMOS QUE AÚN CUANDO ES UN AVAN-CE LA PROPOSICIÓN DEL PROYECTO, EN LA FORMA INTERNA Y LE-GAL DE COMO SE ENCUENTRAN ORGANIZADAS LAS ACTUALES CAMA-RAS, NO SERÍA SOLO NO IDONEA TAL PROPOSICIÓN SINO INCON-VENIENTE, Y PARA LLEVAR A CABO TAL PROYECTO SERÍA NECESA-RIO UNA REESTRUCTURACIÓN COMPLETA TANTO DE LOS CUERPOS - CAMARALES COMO DE LA LEY Y ESTATUTOS RESPECTIVOS.

EN EL AÑO DE 1964, HUBO OTRO PROYECTO DE CÓDI-GO DE COMERCIO, EL CUAL ASÍ COMO PRETENDE EL CÓDIGO DE - COMERCIO ACTUAL, Y EL PROYECTO DE 1947, REGLAMENTAR LA - PUBLICIDAD DE LA CALIDAD MERCANTIL DE LOS COMERCIANTES - BAJO EL TÍTULO "DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD DE COMERCIAN--TE", ESTE PROYECTO SIN EMBARGO, REPRODUCE SUSTANCIALMEN-

TE LO DICHO ANTERIORMENTE, EN EL CONTENIDO DE SUS ARTÍCULO
LOS SIGUIENTES:

ARTÍCULO 395.- EL ANUNCIO DE LA CALI
DAD DE COMERCIANTES, Y EL ESTABLECI-
MIENTO DE SUCURSALES Y AGENTES, SE HA
RÁ MEDIANTE DECLARACIÓN A LA CÁMARA
DE COMERCIO O INDUSTRIA CORRESPONDIENTE.

ARTÍCULO 396.- DICHA DECLARACIÓN CON
TENDRÁ LOS SIGUIENTES DATOS.

- I.- EL NOMBRE, LA RAZÓN SOCIAL O LA
DENOMINACIÓN DEL COMERCIANTE.
- II.- LA CLASE DE COMERCIO U OPERACIONES
A LAS QUE SE DEDIQUE.
- III.- EL DOMICILIO.
- IV.- LA UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO
Y DE SUS SUCURSALES O AGENCIAS.
- V.- EL NOMBRE COMERCIAL.
- VI.- EL BALANCE DE APERTURA; Y,
- VII.- LAS PERSONAS ENCARGADAS DE SU AD
MINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN, -
CON LA FIRMA AUTÓGRAFA DE ÉSTAS.

ARTÍCULO 397.- CUALQUIER MODIFICACIÓN
RELACIONADA CON LOS DATOS ANTERIORES,
ASÍ COMO, LA CESACIÓN DE OPEFACIONES,
SE COMUNICARÁN TAMBIÉN A LAS CÁMARAS-
RESPECTIVAS.

LAS CÁMARAS DE COMERCIO Y LAS DE INDUSTRIA ---
CONSERVARÁN EN SUS ARCHIVOS A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO, -
LAS DECLARACIONES A QUE SE REFIEREN LOS ARTÍCULOS QUE AN

TECEDEN Y LAS PUBLICARÁN EN SUS BOLETINES O PERIODICOS - Y ADEMÁS EN UN PERIODICO DE CIRCULACIÓN GENERAL EN LA LOCALIDAD, SI SE TRATA DE REVOCACIÓN O RESTRICCIÓN DE PODERES, ESTA DISPOSICIÓN SE ENCUENTRA EN EL PROYECTO EN SU ARTÍCULO 398.

ARTÍCULO 399.- LOS COMERCIANTES QUE NO CUMPLAN CON LA OBLIGACIÓN DE ANUNCIAR SU CALIDAD, SEGÚN LAS DISPOSICIONES DE ESTE ARTÍCULO, INCURRIRÁN EN MULTA DE CIEN A QUINIENTOS PESOS.

COMO PUEDE VERSE, LOS REDACTORES DEL PROYECTO DE CÓDIGO DE COMERCIO DE 1964, ESTABLECIERON O TRATARON DE ESTABLECER PUBLICIDAD PROPIAMENTE DICHA EN SUS PRECEPTOS; CONSIDERANDO CON ELLO HABER ESTABLECIDO UNA VERDADERA OBLIGACIÓN PARA EL COMERCIANTE EL ANUNCIAR SU CALIDAD MERCANTIL, PERO ADOLECÍA IGUAL QUE EL PROYECTO DE 1947, - DE LOS MISMOS DEFECTOS, AUNQUE CONSIDERAMOS QUE ESTÁ UN POCO MEJOR REGLAMENTADO, CON UN CONTENIDO POCO MÁS UNIFORME Y A PESAR DE ENCONTRARSE MUY RESUMIDOS SUS PRECEPTOS, TRATO DE SER COMPLETO TAMBIÉN.

D) LEY DE LAS CAMARAS DE COMERCIO Y DE LAS DE INDUSTRIA.

HABLAREMOS EN ESTE INCISO DE LA LEY DE CÁMARAS DE COMERCIO Y DE INDUSTRIA, EN VIRTUD DE ESTIMARLO CONVENIENTE YA QUE LOS PROYECTOS A QUE NOS REFERIMOS EN EL APARTADO ANTERIOR HACEN REFERENCIA A LAS CÁMARAS DE COMERCIO Y LAS DE INDUSTRIA COMO UNA MANERA PARA RESOLVERLOS PROBLEMAS QUE NOS HEMOS PLANTEADO.

DICHA LEY FUÉ PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL, EN FECHA 26 DE AGOSTO DE 1941, Y HA SIDO OBJETO DE DIVERSAS REFORMAS EN LOS AÑOS DE 1943, 1960, 1963 Y 1965. HASTA LA FECHA POR LO QUE TOCA A NUESTRO TEMA NO HA SIDO POSIBLE HACER REALIDAD LA PRETENCÓN DE LOS PROYECTOS DE CÓDIGO DE COMERCIO DE LOS AÑOS 1947 Y 1964, A QUE NOS HEMOS REFERIDO ANTERIORMENTE, EN CUANTO HACE AL DARLES UNA FUNCIÓN PUBLICITARIA A LOS ARCHIVOS DE LAS CÁMARAS DE REFERENCIA.

EN CUANTO A LA PUBLICIDAD POSIBLE QUE PUDIERA LOCALIZARSE EN LA LEY QUE NOS REFERIMOS EN ESTE APARTADO, TENEMOS QUE LA MISMA DECLARA QUE LAS CÁMARAS SON INSTITUCIONES PÚBLICAS Y AUTÓNOMAS, (ARTÍCULO PRIMERO), AUNQUE DEPENDEN DICE DE LA SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, LA CUAL DETERMINA LA CALIDAD DE COMERCIANTE (ARTÍCULO SEGUNDO, PÁRRAFO SÉPTIMO). LA DETERMINACIÓN DE LA CALIDAD DE COMERCIANTE O INDUSTRIAL, PARA LOS EFECTOS DE ESTE LEY, CORRESPONDE ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE A LA SECRETARÍA, LA QUE EN CADA CASO RESOLVERÁ QUIENES DEBEN INTEGRAR LAS CÁMARAS, PUDIENDOLES ASIGNAR OTRA CÁMARA QUE NO SEA LA DE COMERCIO.

ENTONCES VEMOS QUE LA CALIDAD DE COMERCIANTE YA NO VIENE A RESULTAR DE LOS HECHOS, SINO DE LA APRECIACIÓN OFICIAL Y CONSIDERAMOS QUE ES EL SISTEMA OPUESTO, O SEA EL DE SER COMERCIANTES POR ASIGNACIÓN PRESTAN DOSE A ERRORES Y FALSEDADES EN CUANTO A LA SITUACIÓN REAL.

A PARTE DE LAS OBSERVACIONES ANTERIORES, LA PRETENDIDA PUBLICIDAD POR MEDIO DE LAS CÁMARAS EN VERDAD NO EXISTE. TAMBIÉN ES DE HACERSE NOTAR QUE EN CUALQUIERA LOCALIDAD DE QUE SE TRATE SI TUVIERA MÁS DE CINCUEN-

TA COMERCIANTES Y ÉSTOS NO SE AGRUPAN, NO SE DA LA EXISTEN CIA DEL CUERPO U ORGANISMO CORRESPONDIENTE QUE SE LLAMA CÁ MARA, Y AÚN MÁS SI A PESAR DE HABERLOS Y SE ENCUENTREN REU NIDOS SI NO SON LOS DEL CAPITAL EXIGIDO (DOS MIL QUINIEN-- TOS PESOS, SEGÚN EL ARTÍCULO QUINTO DE LA LEY, Y CINCO MIL EN ACTIVO SEGÚN EL ARTÍCULO CUARTO DE LOS ESTATUTOS), NO - SE ACEPTAN EN ESE CUERPO SINO SE REMITEN A OTROS (UNIONES, ASOCIACIONES, ETC.).

COMO SE NOTA DE LAS OBSERVACIONES HECHAS HASTA - AQUÍ, ES CLARO QUE TANTO LAS CÁMARAS DE COMERCIO COMO SU- REGLAMENTACIÓN (LEY Y ESTATUTOS) PRESENTAN UN CORTE ARISTO CRÁTICO, QUE CHOCA CON LA GENERALIZACIÓN, AUTONOMASÍA DE - LA PUBLICIDAD PROPIAMENTE DICHA, POR LO QUE ES DE CONSIDE- RARSE POR LO MENOS HASTA EL MOMENTO INOPERANTE LA IDEA DE- ESTABLECER LA PUBLICIDAD POR VÍA DE LAS CÁMARAS DE COMER- CIO Y LAS DE INDUSTRIA, AL MENOS EN LA FORMA QUE SE ENCUEN- TRAN ACTUALMENTE CONSTITUIDAS, PUESTO QUE INCLUSIVE SU DI- SOLUCIÓN (MISMA QUE SE PRESTARÍA A DEFRAUDAR A UN PÚBLICO- CRÉDULO) SE DEJA A LA VOLUNTARIEDAD DE LOS MIEMBROS Y NO - PODRÍA SER DE OTRA MANERA, YA QUE COMO EL MISMO ARTÍCULO - CUARTO DE LA LEY ESTABLECE QUE TENDRÁN COMO OBJETO:

I.- REPRESENTAR LOS INTERESES GENERA- RALES DEL COMERCIO

II.- PARTICIPAR EN LA DEFENSA DE LOS- INTERESES PARTICULARES DE LOS - COMERCIANTES ETC.

Y ASÍ TENEMOS QUE EL PÚBLICO EN GENERAL O LOS -- TERCEROS QUEDAN MARGINADOS TANTO DEL VALOR, BIEN TUTELADO- POR LA LEY, COMO POR EL CUERPO CORRESPONDIENTE, LESIONANDO

INCLUSIVE ESE INTERÉS EN BIEN DE UN GRUPO REDUCIDÍSIMO --
DE AGREMIADOS.

E) ESTATUTOS DE LA CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA --
CIUDAD DE MEXICO.

EN FECHA SEIS DE OCTUBRE DE 1941, LA SECRETA--
RÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO APROBÓ LOS ESTATUTOS QUE ANA
LIZAREMOS A LA LUZ DEL TEMA QUE ESTAMOS TRATANDO.

DICHOS ESTATUTOS SEÑALAN ENTRE SUS OBJETOS, AL
IGUAL QUE LA LEY QUE ANALIZAMOS SOMERAMENTE EN EL APARTA
DO ANTERIOR, Y LA CUAL ESPECIFICA:

ARTÍCULO 30. FRACCIÓN X.- "LLEVAR A-
CABO TODOS LOS ACTOS, REPRESENTACIONES,
GESTIONES Y SOLICITUDES, QUE REQUIE--
RAN LA AYUDA EFICAZ QUE DEBE PRESTAR--
A SUS SOCIOS EN PARTICULAR Y A LOS IN
TERESES COMERCIALES EN GENERAL".

POR LO QUE HACE A LA PUBLICIDAD QUE PUEDAN BRIN
DAR SUS ARCHIVOS, TENEMOS QUE LA FRACCIÓN XI DEL MISMO -
PRECEPTO ENUNCIA:

FRACCIÓN XI.- "EXPEDIR CERTIFICACIO-
NES O CONSTANCIAS DE DETERMINADOS HE-
CHOS O SITUACIONES DE SUS SOCIOS, PA-
RA ACREDITAR LOS EXTREMOS QUE EXIJAN-
LAS LEYES O REGLAMENTOS, A FÍN DE QUE
ESTOS SE VEAN CUMPLIDOS EN VISTA DE -
ESAS CONSTANCIAS".

APARENTEMENTE ESA PRETENDIDA PUBLICIDAD TIENE--
COMO DESTINATARIO AL PÚBLICO EN GENERAL, PERO NO ES EXAC

TA TAL CREENCIA, PUES ENTRE LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA CÁMARA TENEMOS AL RESPECTO EL ARTÍCULO SESENTA Y NUEVE- QUE DICE:

ARTÍCULO 69.- LA CÁMARA PROPORCIONA RÁ A SUS SOCIOS, LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

- I.- EXPEDICIÓN DE CERTIFICADOS DE - ORIGEN DE MERCANCIAS, DE AVERÍA, DE MERCANCIAS EN MAL ESTADO, CON PESO MENOR, ETC.
- XII.- INFORMES CONFIDENCIALES DE CRÉDITO;

Y TAMBIÉN EL ARTÍCULO SETENTA QUE DICE:

ARTÍCULO 70.- PARA OBTENER LOS SERVICIOS SE EXIGIRÁ QUE LOS INTERESADOS SE IDENTIFIQUEN COMO SOCIOS, --- ETC.

DE LO ANTERIOR SE DESPRENDE CLARA Y OBTIAMENTE, QUE EL SISTEMA DE LAS CÁMARAS ES ESENCIALMENTE HERMÉTICO PARA EL PÚBLICO EN GENERAL O TERCEROS, EL QUE TENGAN ACCESO A LAS INFORMACIONES CONTENIDAS EN LOS ARCHIVOS DE LAS CÁMARAS, YA QUE SOLO POR VÍA DE SERVICIO Y EXCLUSIVAMENTE A LOS SOCIOS INTERESADOS, SE PROPORCIONARÁN TALES INFORMACIONES; DEJANDO EN LO MÁS OSCURO AL GÚN SUPUESTO PROCEDIMIENTO PARA QUE LOS PARTICULARES REFIRIENDONOS CON ESTE TÉRMINO A LOS TERCEROS, PUEDAN OBTENER DATO ALGUNO QUE LES SEA DE INTERÉS EN LAS MENCIONADAS CÁMARAS.

ES CLARO QUE ACTUALMENTE, DE ACUERDO CON LOS-

ESTATUTOS NO EXISTE UNA FUNCIÓN PUBLICITARIA EN LOS ARCHIVOS DE TALES CUERPOS, NI LAS EVENTUALES INFORMACIONES TIENEN SIQUIERA UNA PRETENCION DE PUBLICIDAD, Y NI CON MUCHO CONTIENEN ALGUNA OBLIGACION DE ANUNCIAR LA CALIDAD MERCANTIL DE LOS COMERCIANTES, POR LO QUE ADOLEGEN LOS ESTATUTOS A QUE NOS HEMOS REFERIDO AL IGUAL QUE LA LEY ALUDIDA EN EL APARTADO PASADO, DEL AIRE ARISTOCRATICO, MARGINADOR DEL PÚBLICO EN GENERAL, TERCERO DESTINATARIO DE LA PUBLICIDAD DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, QUE ES NUESTRO TEMA, COMO DEL REGISTRO.

IGUALMENTE CONSIDERAMOS INOPORTUNO ASIGNARLE LA FUNCIÓN PUBLICITARIA QUE PRETENDEN LOS PROYECTOS DEL CÓDIGO DE COMERCIO QUE HEMOS COMENTADO; POR LO QUE ANTES HAYA LA NECESIDAD DE REALIZAR UNA REFORMA O DEROGACION, SEGUN LO QUE PROCEDA TANTO DE LA ORGANIZACION INTERNA, COMO LEGAL, DE PROCEDIMIENTO A DICHO CUERPO CAMARAL.

C O N C L U S I O N E S .

PRIMERA. EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, TEMA OBJETO DE ESTE ESTUDIO, SE ENCUENTRA RAQUÍTICAMENTE REGLAMENTADO POR NUESTRA LEGISLACIÓN, (CÓDIGO DE COMERCIO VIGENTE, ARTÍCULO 17).

SEGUNDA. NI ACTUALMENTE NI CON ANTERIORIDAD, NUESTRA LEGISLACIÓN Y LA DOCTRINA HAN DADO UN CONCEPTO O DEFINICIÓN DE LO QUE DEBA ENTENDERSE POR EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL.

TERCERA. EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL LLEVA IMPLÍCITA LA PUBLICIDAD, MEDIO POR EL QUE SE DA A CONOCER Y CON EL QUE SE ENCUENTRA INTIMAMENTE LIGADO, SIN EMBARGO DICHA PUBLICIDAD NO VA DIRIGIDA A SUS VERDADEROS DESTINATARIOS, QUE LO SON EL PÚBLICO EN GENERAL.

CUARTA. EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, ES UNA OBLIGACIÓN JURÍDICA PUES SE ENCUENTRA ENUNCIADA COMO TAL EN UN ORDENAMIENTO JURÍDICO COMO LO ES EL CÓDIGO DE COMERCIO, PERO NO SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE REGLAMENTADO EN CUANTO HACE A LAS SANCIONES POR EL INCUMPLIMIENTO A DICHA OBLIGACIÓN.

QUINTA. LA OBLIGACIÓN DE ANUNCIAR LA CALIDAD MERCANTIL, NACE DESDE EL MOMENTO QUE LA PERSONA O PERSONAS EN EL CASO DEL COMERCIO SOCIAL SE COLOCAN EN LA ESFERA DE LOS CONSIDERADOS COMO COMERCIANTES.

SEXTA. LAS OBLIGACIONES DEL COMERCIANTE QUE SURGE A LA VIDA JURÍDICA COMO TAL SON:

- I.- EMPADRONAMIENTO ANTE LA TESORERÍA - DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL.
- II.- REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES.
- III.- LICENCIA SANITARIA.
- IV.- LICENCIA NUEVA ANTE GOBERNACIÓN -- DEL DISTRITO FEDERAL.
- V.- LIBRO DE VISITAS.
- VI.- LICENCIA SANITARIA PERSONAL.
- VII.- SOLICITUD PARA EL INGRESO A LA CÁMARA DE COMERCIO CORRESPONDIENTE.
- VIII.- SOLICITUD DE AFILIACIÓN AL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL.
- IX.- REGISTRARSE EN EL DEPARTAMENTO DE CENSOS.

SEPTIMA. LAS OBLIGACIONES DE UN COMERCIO SOCIAL EN SU APERTURA, SON APARTE DE LAS ENUNCIADAS EN EL INCISO - ANTERIOR LAS SIGUIENTES,

- X.- AUTORIZACIÓN DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES.
- XI.- ACTA CONSTITUTIVA DE LA SOCIEDAD, - PROTOCOLIZADA ANTE NOTARIO PÚBLICO.
- XII.- INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD, SECCIÓN COMERCIO.

OCTAVA. EN LA FORMA COMO SE ENCUENTRA REGLAMENTADO EL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL NO REQUIERE FORMALIDADES ESPECIALES.

NOVENA. EL CONTENIDO DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, SE CONTRAE AL CONTENIDO DE LAS FRACCIONES I, II Y III DEL ARTÍCULO 17 DEL CÓDIGO DE COMERCIO.

DECIMA. LOS EFECTOS DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL SON ENTERAR AL PÚBLICO EN GENERAL DE TODO LO CONCERNIENTE AL COMERCIANTE, DESDE SU APERTURA HASTA SU --- CLAUSURA Y NO UNICAMENTE AL REDUCIDO GRUPO DE LOS COMERCIANTES.

DECIMA PRIMERA. LA FALTA DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, NO TRAE APAREJADA SANCIÓN ALGUNA COMO DEBERÍA SER.

DECIMA SEGUNDA. LOS ALCANCES DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, SON TAL COMO LO ENUNCIA EL ARTÍCULO DECIMO SÉPTIMO DEL CÓDIGO DE COMERCIO, FALTANDO DE CONSIDERAR COMO DESTINATARIO AL PÚBLICO EN GENERAL, APARTE DEL GREMIO DE LOS COMERCIANTES Y UN PROCEDIMIENTO ADECUADO Y REGLAMENTADO PARA EL CUMPLIMIENTO DE TALES ALCANCES.

DECIMA TERCERA. AL IGUAL QUE EL ACTUAL CÓDIGO DE COMERCIO, LOS PROYECTOS DEL CÓDIGO DE COMERCIO DE 1947 Y DE 1964, ASÍ COMO LA LEY DE CÁMARAS DE COMERCIO Y DE LAS DE INDUSTRIA, Y LOS ESTATUTOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, NO LLENAN NI CON MUCHO LAS NECESIDADES DE UNA REGLAMENTACIÓN ADECUADA AL ANUNCIO DE LA CALIDAD MERCANTIL, NI EN SU FUNCIONAMIENTO NI MUCHO MENOS EN SU ASPECTO PUBLICITARIO EN GENERAL, PUES SOBRE TO DO LAS DOS ÚLTIMAS SE ENCUENTRAN CREADAS CON BASE EN EL SISTEMA ARISTOCRÁTICO DE PROTECCIÓN AL EXCLUSIVO GRUPO DE LOS COMERCIANTES INSCRITOS O AFILIADOS A DICHS ORGANOS CAMARALES.

DECIMA CUARTA. SUPONIENDO SIN CONCEDER QUE EL CAPÍTULO PRIMERO Y SEGUNDO DEL TÍTULO SEGUNDO DE NUESTRO CÓDIGO DE COMERCIO VIGENTE (DEL ANUNCIO DE LA CALIDAD - MERCANTIL Y DEL REGISTRO DE COMERCIO), CONTUVIERAN PUBLICIDAD, CONSIDERAMOS QUE EL EPÍGRAFO QUE DEBERÍA ENCABEZAR DICHS CAPÍTULOS SERÍA EL DE "PUBLICIDAD MERCANTIL EN GENERAL" Ó "DE LA PUBLICIDAD DE LOS COMERCIANTES".

DECIMA QUINTA. COMO UNA MANERA DE RESOLVER EL PROBLEMA, INDEPENDIENTEMENTE DE UNA REGLAMENTACIÓN ADECUADA Y MÁS ESPECIFICADA EN NUESTRA LEGISLACIÓN SUGERIMOS LA CREACIÓN DE UN INSTITUTO COMERCIAL ESPECIALIZADO, -- CON PERSONAL Y DE COMPETENCIA FEDERAL QUE FUNCIONARA A TRAVÉS DE LA COORDINACIÓN DE LAS DEPENDENCIAS CONTROLADORAS DE LAS OBLIGACIONES DE REGISTRARSE CIVILMENTE, DE MANIFESTAR LA PROPIEDAD, DE TENER MODO HONESTO DE VIVIR, DEL SERVICIO MILITAR, Y DE CONTRIBUCIÓN AL GASTO PÚBLICO; QUE TENDRÍA SOLO DOS SECCIONES, COMERCIANTES Y NO-COMERCIANTES Y OPERANDO EN CUANTO A PUBLICIDAD Y REGISTRO, EN LA FORMA DETALLADA EN EL CUERPO DEL INCISO "C", CAPÍTULO TERCERO DE ESTE HUMILDE TRABAJO.

B I B L I O G R A F I A .

- BARRERA GRAF JORGE. ESTUDIOS DE DERECHO MERCANTIL, MÉXICO, 1958.
- BENITO LORENZO. LAS BASES DEL DERECHO MERCANTIL, MADRID, 1929.
- BENITO LORENZO. MANUAL DE DERECHO MERCANTIL. MADRID, 1924.
- BORI RAFAEL Y JOSÉ GARGO. TRATADO COMPLETO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. BARCELONA ESPAÑA, 1947.
- CERVERA ETHIEL. PUBLICIDAD LÓGICA. MÉXICO, 1967.
- COSACK KONRAD. TRATADO DE DERECHO MERCANTIL, MADRID, 1935.
- DE PINA RAFAEL. DICCIONARIO DE DERECHO, MÉXICO, 1965.
- MANTILLA MOLINA ROBERTO. DERECHO MERCANTIL, MÉXICO, 1966.
- PALLARES JACINTO. DERECHO MERCANTIL MEXICANO, MÉXICO, 1891.
- PATRICK BISHOP FRANCIS. FUNDAMENTO ECONÓMICO DE LA PUBLICIDAD. MÉXICO, 1949.
- PUENTÉ Y FLORES ARTURO Y OCTAVIO CAMPOS MARROQUÍN. DERECHO MERCANTIL, MÉXICO, 1966.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ JOAQUÍN. CURSO DE DERECHO MERCANTIL, MÉXICO, 1966.

- SOLA CAÑIZALES FELIPE DE. TRATADO DE DERECHO COMERCIAL COMPARADO, BARCELONA-ESPAÑA, 1962.
- TENA RAMÍREZ FELIPE DE J. DERECHO MERCANTIL MEXICANO, MÉXICO, 1970.

L E G I S L A C I O N .

CÓDIGO DE COMERCIO. D.O. DE 7 DE OCTUBRE DE 1889.

LEY DE CÁMARAS DE COMERCIO Y DE LAS DE INDUSTRIA. D.O. DE 26 DE AGOSTO DE 1941.

REGLAMENTO DEL REGISTRO DE COMERCIO, DE 20 DE DICIEMBRE DE 1885.

ESTATUTOS DE LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DE 6 DE OCTUBRE DE 1941, APROBADOS POR LA SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EL 24 DE NOVIEMBRE DEL MISMO AÑO.

PROYECTO DE CÓDIGO DE COMERCIO, DE 1947.

PROYECTO DE CÓDIGO DE COMERCIO, DE 1964.