

---

FACULTAD DE DERECHO



Las Transformaciones del Derecho Mercantil y  
la Ley Federal de Protección al Consumidor

T E S I S

Que para obtener el título de :  
LICENCIADO EN DERECHO  
p r e s e n t a :  
ANGELICA LUMEN LAZO



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.

"LAS TRANSFORMACIONES DEL DERECHO MERCANTIL  
Y LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR"

C A P I T U L O I

EL CONCEPTO TEORICO DE COMERCIO Y DE COMERCIANTE.- ASPECTOS --  
QUE ABARCA.- COMERCIO E INDUSTRIA EN EL ORDENAMIENTO JURIDICO -  
MEXICANO.- ANALISIS DE LOS ARTICULOS 3o. Y 75 DEL CODIGO DE COMER-  
CIO.- ANALISIS DEL ARTICULO 6o. DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MER-  
CANTILES Y DE LOS ARTICULOS 1o. Y 2o. DE LA LEY DE INSTITUCIONES DE --  
CREDITO Y ORGANIZACIONES AUXILIARES.- ARTICULOS 1o. Y 2o. DE LA -  
LEY FEDERAL DE INSTITUCIONES DE FIANZAS.- ARTICULOS 1o. Y 2o. DE LA -  
LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DE SEGUROS.- LEY DEL MERCADO DE VALO-  
RES.- EXPOSICION DE MOTIVOS DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO Y DE LOS --  
ARTICULOS 2o. Y 3o. DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

C A P I T U L O II

DERECHO MERCANTIL Y DERECHO ADMINISTRATIVO.- DESMEMBRAMIENTO -  
DEL CODIGO DE COMERCIO DE 1889.- TENDENCIA HACIA LA TRANSFORMA-  
CION DEL DERECHO MERCANTIL EN DERECHO PUBLICO ¿ PUEDE HABLARSE -  
DE DERECHO MERCANTIL ADMINISTRATIVO?

C A P I T U L O III

ANALISIS DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.- CONCEPTO DE CONSUMIDOR.- ¿ QUE ES EL CONSUMO?.- CONCEPTO DE PROVEEDOR.- CONTRATOS DE ADHESION.- PUBLICIDAD Y OFERTA DE LAS OPERACIONES DE CREDITO Y DE LOS SERVICIOS.- DISTINCION ENTRE SERVICIO AL PUBLICO Y SERVICIO PUBLICO.

C A P I T U L O IV

AUTORIDADES ENCARGADAS DE LA APLICACION DE LA LEY FEDERAL DE --

PROTECCION AL CONSUMIDOR.- INDETERMINACION DE COMPETENCIA.-  
EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE CONCILIACION.- CRITICA.- IM  
PRECISION Y VAGUEDAD DE LA LEY.

## C A P I T U L O V

POSIBLES DEROGACIONES DE ORDENAMIENTOS JURIDICOS MERCANTILES EN  
RELACION A LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.- CODIGO  
DE COMERCIO.- LEY GENERAL DE TITULOS Y OPERACIONES DE CREDITO.-  
LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DE CREDITO Y ORGANIZACIONES AUXILIA  
RES.- LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DE SEGUROS.- LEY FEDERAL DE INS  
TITUCIONES DE FIANZAS.- LEY DEL MERCADO DE VALORES.

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

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

## CONCEPTO TEORICO DE COMERCIO Y COMERCIANTE. -

Es indispensable, previo a la exposición del concepto de comercio, hacer referencia a un fenómeno que antecedió y tuvo como resultado lógico el comercio, si bien en sí mismo, en opinión tan respetada como la del maestro Mantilla Molina (1), no puede ser calificado como mercantil; me refiero al trueque. La limitación en la producción de algunos satisfactores y la producción excesiva de otros, implicó la actividad reguladora de que una o varias personas, efectuaran permutas -diversas con el fin de realizar otros cambios o trueques, que harían posible satisfacer las necesidades de consumo. Cabe observar que el trueque siempre fue de especies, - toda vez que de efectuarse permuta de dinero, implicaría un contrato de compraventa y no un trueque.

(1) Mantilla Molina Roberto L. Derecho Mercantil, Séptima Edición, Editorial -- Porrúa S.A. México, Pág. 3

Manuel Ossorio (2), que estima sinónimos trueque y permuta, nos dice al respecto: "Permuta. - Contrato, llamado también de permutación o de trueque, que tiene lugar cuando uno de los contratantes se obliga a transferir a otro la propiedad de una cosa, a cambio de que éste le dé la propiedad de otra. Claro es que la cosa dada en trueque o permuta nunca puede ser dinero, porque entonces se estaría frente a un contrato de compraventa. La Academia define la permutación como la acción y efecto de permutar, de cambiar una cosa por otra sin que en el cambio entre el dinero, o no ser el necesario para igualar el valor de las cosas cambiadas..."

Nace pues, el cambio para el cambio, esto es, el comercio y nace también el hombre intermediario que hace posible llevar adelante el cambio de satisfactores: el comerciante que viene a realizar una profesión de la compra y venta de mercaderías. Scolni (3), define al comercio, como aquella "actividad lucrativa que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, - con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza".

Se define al comerciante como el individuo que, con capacidad legal para contratar, ejerce ya por cuenta propia, ya por medio de personas que lo efectúan por su cuenta, actos de comercio, entendiéndose por tales aquéllos que regula el Código de Comercio y leyes mercantiles complementarias.

Nuestro derecho mercantil se precisa con base en el concepto de ac

(2) Ossorio Manuel, Diccionario de Ciencia Jurídicas, Políticas y Sociales, Editorial Heliasta S.R.L. Buenos Aires, Argentina. 1a. Edición 1974, pág. 568.

(3) Cit. por Ossorio Manuel, op. cit. pág. 136.

tos de comercio y el de comerciante se emplea para determinar múltiples actos de comercio.

Al tenor de lo anterior, son actos de comercio :

"X .- Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales y establecimientos de ventas en pública almoneda;

XII. - Las operaciones de comisión mercantil;

XX .- Los valores u otros títulos a la orden o al portador, y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se pruebe que se derivan de una causa extraña al comercio; y

XXI.- Las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil".

Con toda verdad, el maestro Rodríguez y Rodríguez (4), precisa - que anteriormente, comerciante era aquél que compraba y vendía; en la actualidad los hay que ni compran ni venden y no obstante, son comerciantes. Así, quien se dedica a las actividades mineras, agrícolas o industriales.

También de conformidad con nuestro derecho, existen dos métodos según los cuáles se determina la calidad de comerciante: el material y el formal. De acuerdo con el primero, se reputan comerciantes aquéllos que de manera efectiva se dediquen a determinadas actividades estimadas como mercantiles; en nuestro derecho se aplica tal sistema al comerciante individual. Según el formal, son comerciantes quienes adoptan determinada forma o bien se inscriben en registros especiales; a es

(4) Derecho Mercantil, Editorial Porrúa S.A. México 1966.  
Sexta Edición, Tomo I pág. 35

to grupo se le denomina "social".

## ARTICULO 3o. DEL CODIGO DE COMERCIO.-

Dicho ordenamiento determina quienes tienen la calidad de comerciantes.-

Dice a la letra:

"Se reputan en derecho comerciantes:

I.- Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;

II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;

III.- Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio".

Cabe decir respecto del anterior precepto, lo siguiente:

A).- Que comprende, tanto a los comerciantes individuales "personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria...", al igual que a los comerciantes sociales "... las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles..."

B).- Contiene el concepto legal de "comerciante", toda vez que reputa como tal a quienes teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;

C).- Cabe observar que tal concepto legal contiene dos fundamentos, a saber, la capacidad y hacer del comercio, una ocupación ordinaria.



El propio Código de Comercio, (Art. 5o) se encarga de precisar qué debe entenderse por capacidad legal. Toda persona que de acuerdo a las leyes comunes es hábil para contratar y obligarse, "y a quien las mismas leyes no prohíben expresamente la profesión del comercio, tiene capacidad para ejercerlo", de acuerdo a lo dispuesto por el referido precepto.

Ahora bien, por "leyes comunes" debemos entender, que el Código de Comercio se refiere al Código Civil del Distrito Federal, toda vez que siendo el comercio materia de carácter federal, la capacidad para ejercerlo, debe ser también de dicha naturaleza.

Observa el maestro Rodríguez y Rodríguez (5), que debe distinguirse "entre la capacidad para ser comerciante y la capacidad para realizar actos aislados de comercio. Estos pueden efectuarlos todas las personas que tengan capacidad civil; pero para la adquisición de la capacidad profesional de comerciante puede bastar con una capacidad especial..."

¿Qué debemos entender por ocupación ordinaria? Que habitual y reiteradamente se lleven a cabo dichos actos de comercio; haciendo de éste una actividad profesional, no importando el resultado económico que con ella se obtenga.

Además de ser capaz para ejercerlo, y hacer de él una ocupación habitual, es indispensable que el comercio se realice por cuenta de quien lo efectúa. De tal suerte que se puede ser comerciante merced a los actos que otro u otros

(5) op. cit. pág. 38

realizan en nuestro nombre; y de igual manera se pueden llevar a cabo actos de comercio de manera habitual, sin que ello nos otorgue la calidad de comerciantes, cuando los hemos realizado en nombre de otro. De lo anterior se concluye que es necesario también para obtener la calidad de comerciante, que se actúe por cuenta propia.

DOCTRINA. - He aquí algunas definiciones más en torno al comerciante:

Malagarriga (6), lo define como "la persona capaz, de existencia visible, que realiza o por cuya cuenta son realizadas en ciertas condiciones, actos de comercio".

Siburu lo define de la siguiente manera: "La personalidad mercantil, en efecto, lleva como tal un "nombre" sometido a un régimen muy diverso al del nombre civil o patronímico, que puede ser este mismo u otra designación especial; tiene, como consecuencia del nombre, una "firma" mercantil, que se llama "razón social" cuando se trata de sociedades; suele adoptar una "marca" para distinguir la mercadería de su tráfico; ejercita su acción en un "local" o "establecimiento" abierto al público, donde almacena o expone los artículos de comercio; llama sobre sí la atención del consumidor por medio de la "publicidad" en anuncios, circulares, rótulos, en señas, catálogos, muestrarios y mil otros recursos de propaganda; establece relaciones especiales con el público y forma una "clientela", y, finalmente, determina una suma mayor o menor de confianza en su conducta y establece su crédito --

(6) Malagarriga, C.C. Tratado Elemental de Derecho Comercial Edición 1951. Tomo I pág. 95 Edit. Bibliográfica, Buenos Aires, Argentina.

comercial" (7)

Para Fernández (8), es comerciante, "quien ejerce una profesión comercial, entendiéndose por tal, toda explotación o empresa que tenga por objeto la realización de actos de comercio"

Rivarola (9), precisa que el Código de Comercio Argentino, contiene dos definiciones: la del artículo 1o. en cuanto dice que "la ley declara comerciantes a todos los individuos que teniendo capacidad legal para contratar, ejercen de cuenta propia actos de comercio, haciendo de ello la profesión habitual del "individuo"; y la del artículo 2o. que parecería ampliatoria del anterior, cuando dispone que se llama, en general, comerciante, toda persona que hace profesión de la compra y venta de mercaderías. Estas definiciones, agrega, se encuentran aún ampliadas en el mismo texto legal cuando en contraposición a la idea "en general", expresa: "en particular", se llama comerciante, al que compra y hace fabricar mercaderías para vender por mayor o menor; son también comerciantes, agrega, "los libreros, merceros y tenderos de toda clase, que venden mercaderías que no han fabricado".

Medular en la conceptualización de los actos de comercio, es el artículo 75 del Código de Comercio. Así, reputa como actos de comercio, los siguientes:

- (7) Enciclopedia Jurídica Argentina OMEBA, Tomo III, Editorial Bibliográfica. Argentina S.R.L. Buenos Aires, Argentina. 1967
- (8) Tratado Teórico Práctico de la Quiebra, Pág. 30 cit. Enciclopedia Jurídica Argentina OMEBA.
- (9) Tratado de Derecho Comercial Argentino, Tomo I págs. 10 y 11, cit. Enciclopedia Jurídica Argentina OMEBA.

I.- Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimiento, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados, -

II.- Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;

III.- Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las sociedades mercantiles;

IV.- Los contratos relativos a obligaciones del Estado u otros títulos de crédito corrientes en el comercio;

V.- Las empresas de abastecimientos y suministros;

VI.- Las empresas de construcciones y trabajos públicos y privados;

VII.- Las empresas de fábricas y manufacturas;

VIII.- Las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua, y las empresas de turismo;

IX.- Las librerías y las empresas editoriales y tipográficas;

X.- Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales y establecimientos de ventas en pública almoneda;

XI.- Las empresas de espectáculos públicos;

XII.- Las operaciones de comisión mercantil;

- XIII.- Las operaciones de mediación en negocios mercantiles;
- XIV.- Las operaciones de Bancos;
- XV.- Todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la navegación interior y exterior;
- XVI.- Los contratos de seguros de toda especie, siempre que sean hechos por empresas;
- XVII.- Los depósitos por causa de comercio;
- XVIII.- Los depósitos en los almacenes generales y todas las operaciones hechas sobre los certificados de depósito y bonos de prenda librados por los mismos;
- XIX.- Los cheques, letras de cambio o remesas de dinero de una plaza a otra, entre toda clase de personas;
- XX.- Los valores u otros títulos a la orden o al portador, y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se pruebe que se derivan de una causa extraña al comercio;
- XXI.- Las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil;
- XXII.- Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio;
- XXIII.- La enajenación que el propietario o el cultivador hagan de los productos de su finca o de su cultivo;

XXIV.- Cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados en este Código.

En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial.

Cabe hacer al respecto las siguientes observaciones:

1o.- El artículo anterior, establece únicamente "las normas delimitadoras del campo del derecho mercantil, sin que se den en él ninguno de los supuestos técnicos de una presunción" (10)

2o.- No obstante, hay en la enumeración del artículo 75, algunas presunciones, tales son: Fracciones XX, XXI y XXII, que presumen como actos mercantiles, las obligaciones de los comerciantes, las obligaciones entre comerciante y banqueros y los contratos realizados por auxiliares de estos: tales presunciones admiten prueba en contrario que demuestre: Que dichos actos no son concernientes al comercio principal, en el caso de la fracción XXII; que son actos que se derivan de una causa extraña al comercio, en el caso de la fracción XX; que son esencialmente civiles, fracción XXI; y que sean o no conexos con otros mercantiles, o correspondan o no al tráfico del comerciante.

3o.- El hecho de que la fracción XXIV, determine como mercantiles, "cualquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados", implica que dicho artículo, o mejor dicho, su enumeración, no es de manera alguno limitativa, sino enu-

(10) Rodríguez y Rodríguez Joaquín, op. cit. pág. 29

rativa o ejemplificativa. Con justa razón observa el maestro Rodríguez y Rodríguez que tal circunstancia da pábulo a la inclusión de nuevos actos.

Siguiendo al citado catedrático, estimamos que los actos de comercio que enumera el artículo 75 del Código de Comercio, todos ellos, pueden enmarcarse dentro de alguna de estas dos categorías:

A.- Actos realizados con el fin de organizar, explotar, traspasar o liquidar una empresa mercantil (Fracciones V a XXIII, incluyendo la fianza)

B).- Actos que tienen por objeto cosas mercantiles: el dinero, no como medio de cambio ni medida de valor sino como cosa; los títulos valores, la empresa con sus elementos y los buques. (Fracciones III, IV, XVIII segunda parte, XIX, primera parte.)

El alquiler de inmuebles queda integrado al primer grupo toda vez que no se especula con el mismo, sino que se realiza en forma de empresa. Quedan sin encuadrarse en los dos grupos, las compras y ventas de bienes de la misma naturaleza que los anteriores y también de inmueble, que se efectúan con ánimo de especulación, así como los muebles con igual propósito.

Se califican como actos mixtos aquellos en que para una de las partes son actos de comercio, y para la otra son tan solo parte de su vida común. Así, - la gran mayoría puede integrarse dentro de esta clasificación: operaciones de banca, librería, seguros, fianza, transporte, etc.

Pasamos a ocuparnos de otro concepto importante en la vida econó-

mica y la teoría jurídica: la industria.

Entendemos por tal, la suma y conjunto de las industrias de uno mismo o varios géneros de todo un país o parte de él. Conjunto de empresas de toda clase para producir y circular riqueza. Tal es el concepto de la Enciclopedia Espasa-Calpe. Antes de analizar cada uno de los elementos que contiene, diremos que Manuel Ossorio (11), la define como "el conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales".

Es más común, aplicar el término "industria" para indicar el conjunto de actividades económicas, con el objeto de poner en circulación bienes, ya extrayendo productos de la naturaleza, ya transformándolos o modificándolos. El concepto más generalizado de industria se encuentra en la Economía Política, que le define como el conjunto de elementos que se agrupan con el fin determinado de producir o hacer producir bienes. Es muy distinto hablar de "empresa", toda vez que esta tiene un significado distinto, y la industria puede o ser integrada por ellas. Su significado distinto, se genera en que la actividad de la industria es trabajo humano; aplicado a la transformación de materias primas; de ahí también la diferencia entre industria y trabajo; éste puede ser ajeno a cualquier actividad industrial.

La industria de hoy en día, es sinónimo de gran producción o producción en serie. Ciertamente, es la manifestación más clara del símbolo de nuestros tiempos. Esa gran industria se caracteriza por el empleo de una organización distinta y --

(11) op. cit. pág. 377.



también por la incorporación de elementos cada vez más mecanizados; organización - en la que es manifiesto, la participación cada vez menor del trabajo o actividad manual.

ARTICULO 6o. DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES  
MERCANTILES Y ARTICULOS 1o. y 2o. DE LA LEY DE  
CREDITO Y ORGANIZACIONES AUXILIARES.-

EL COMERCIANTE O EMPRESARIO COLECTIVO.-

Tratadistas de la importancia del maestro Rodríguez y Rodríguez, subrayan la tendencia a la substitución del comerciante individual, por el social. Dos razones, a su entender, son las generadoras de dicha tendencia, a saber: la concentración Industrial y comercial y la progresiva inclinación a adoptar las formas de organización de responsabilidad limitada. Así, el comerciante individual no puede hacer frente, con éxito, a la competencia de las empresas sociales de gran capital; justamente éste, es quien les da su fuerza. De tal suerte que el comerciante individual está incapacitado para aportar la anorme suma de capital que presuponen las grandes empresas. En esa lucha económica, desigual, al decir del citado maestro, "los comerciantes individuales llevan siempre las de perder frente a los medios inagotables, la organización eficientísima y perfecta de las grandes empresas colectivas" (12)

Agrega además, el hecho de que el comerciante individual estará siempre sujeto a las eventualidades, a grandes riesgos que le harán perder no sólo su negocio sino incluso, su patrimonio.

(12) op. cit. pág. 43

Nuestra Ley General de Sociedades Mercantiles, expresó el maestro Manuel Cervantes, "... es un tipo histórico, cada una de ellas ha ido naciendo y desarrollándose en diferentes tiempos a impulso de necesidades sociológicas diversas. Todas han existido en los usos del comercio, antes que los textos de la ley, y en consecuencia, no son obra de legisladores, ni de jurisconsultos; sino del intelecto popular, pensada y lentamente elaborada en el transcurso de los siglos. La ley y la doctrina no han hecho más que limitarse a reconocerlas y reglamentarlas a medida que han ido surgiendo en el juego de los intereses económicos de la vida real. Esta clasificación de las sociedades es, una obra empírica, y de ahí que no tenga la armonía, ni la belleza de las concepciones científicas, que sea vaga en ciertos casos y absurda en otros; pero sobre todo que sea incompleta. La ciencia moderna tiende a corregirla y lo conseguirá probablemente en un futuro no lejano. El legislador alemán ha dado ya el ejemplo, reconociendo, al lado de las antiguas formas, otras que no tienen historia, otras que no han existido antes en la vida económica de la humanidad; pero que saltan a la vista cuando se estudia esta materia a la luz de los principios de la filosofía jurídica..."

(13)

Debe decirse, que las personas morales constituidas de acuerdo con alguno de los tipos de sociedades mercantiles, se reputan comerciantes, no importando las actividades a que se dediquen, ni la nacionalidad que a dichas sociedades se atribuya.

(13) Cervantes Manuel, "Las Diversas Clases de Sociedades Mercantiles y Civiles", págs. 18 y 19, "Printing Art.", México, 1915.

El artículo 1o. de la Ley General de Sociedades Mercantiles, reconoce las siguientes :

- I.- Sociedad en nombre colectivo;
- II.- Sociedad en comandita simple;
- III.- Sociedad de responsabilidad limitada;
- IV.- Sociedad Anónima;
- V.- Sociedad en comandita por acciones; y
- VI.- Sociedad cooperativa.

Las cinco primeras, podrán constituirse con la forma de capital variable, de conformidad con lo que la propia ley en su capítulo VIII, establece.

#### ARTICULO 6o. DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES. -

Determina el citado precepto, los elementos que la escritura constitutiva de una sociedad, debe contener, a saber:

1o.- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad. -

A este respecto cabe observar, que tal requisito es indispensable, toda vez, que la sociedad es un ente distinto al de los socios; el nombre y la nacionalidad responden al acto de identificación de quien la integra y a cumplir con disposiciones de carácter constitucional que prohíben la inclusión de socios extranjeros en sociedades mexicanas. El domicilio, como lugar de residencia de la sociedad, para los efectos legales, ha de entenderse como residencia también de la administración -

Tiene trascendencia también, como lugar para la inscripción en el Registro Público de Comercio; para la publicidad de la convocatoria de las asambleas, así como para su celebración; de igual manera es indispensable para el emplazamiento a juicio, la determinación de competencia jurisdiccional y para fijar el derecho común, en su carácter de supletorio del ordenamiento mercantil.

Cláusula Calvo. - Para el caso de que una sociedad contemple la posibilidad de admitir socios extranjeros, o la finalidad de la misma sea adquirir el dominio sobre tierras, aguas y sus accesiones fuera de 100 kilómetros de ancho a lo largo de las fronteras y 50 a lo largo de las costas, la escritura constitutiva debe contener una cláusula en donde se estipule que todo extranjero que tenga el carácter de socio, se considerará como mexicano en todo cuanto se relacione con la sociedad y que de igual manera conviene en no invocar la protección de su gobierno en referencia con ella. Así lo determina el artículo 2o. del Reglamento de la Ley Orgánica de la Fracción I del artículo 127 Constitucional.

Si se desea que la sociedad tenga capacidad jurídica para adquirir inmuebles, aun en la zona antes mencionada, deberá insertarse en la escritura constitutiva, la que se conoce como "cláusula de exclusión de extranjeros"; se denomina "cláusula de exclusión absoluta" en la que no sólo se prohíbe a los extranjeros el ingreso a la sociedad, sino que prohíbe también que tengan el carácter de socios, sociedades mexicanas, sin cláusula de exclusión de extranjeros.

2o.- Objeto de la sociedad.

Esto es, el tipo de actividad que la sociedad va a llevar a cabo. En concep

to del maestro Rodríguez y Rodríguez, (14) "se trata de una acepción incorrecta del término, ya que el objeto del contrato son las obligaciones de los socios e indirectamente el contenido de éstas. Por lo tanto, objeto en este aspecto es finalidad social, la que deberá expresarse ya sea de un modo preciso y concreto, bien de un modo amplio".-

### 3o.- Su Razón social o su denominación.-

Se entiende por tal aquél que se integra con los nombres de uno o varios socios; la denominación es el nombre comercial formado en forma objetiva, sin que se mencionen nombres de personas. La diferencia entre ambos términos, es que en las sociedades personalistas, lo que importa es la personalidad de los socios con trascendencia para el público; y en las sociedades de responsabilidad limitada, tal circunstancia no interesa. Se concluye pues, que el nombre comercial, puede ser una razón social, o bien una denominación.

### 4o.- Su duración.-

El tiempo durante el cual los socios se comprometen a mantener, dentro del patrimonio social, los bienes que forman sus acciones aportadas. No se prescribe en la legislación nuestra, norma que determine el plazo máximo o el mínimo para la duración de las sociedades, a excepción de las sociedades especiales (seguros, crédito, fianzas) que permiten duración indefinida o bien un plazo mínimo.

### 5o.- El importe del capital social. -

Tal requisitoria tiene por objeto garantizar el cumplimiento de la finalidad social, es una garantía en favor de terceros de las distintas obligaciones que la sociedad contraiga; su importe debe ser fijado en moneda nacional.

60.- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; -  
el valor atribuido a estos y el criterio seguido para su valorización. --  
Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo  
que se fije.-

Supuesto que la aportación de los socios es para algunos tratadistas (15) "el objeto del contrato de sociedad", debe precisarse que si se trata de cosas, éstas deben existir en la naturaleza, ser determinadas o determinables y estar en el comercio, así lo establece el art. 1825 del Código Civil del Distrito Federal; si la aportación consistiese en hechos, estos deberán ser posibles y lícitos, de acuerdo al artículo --- 1827 del ordenamiento antes citado. Pueden también aportarse recursos y esfuerzos. Los primeros, son los objetos que tienen un valor patrimonial, bien sean muebles o inmuebles, derechos, créditos o intereses protegidos por la ley.

A las actividades resultantes de la personalidad humana, ya el trabajo, el conocimiento o experiencia en el negocio, u otros similares, se define como esfuerzos.

Cabe observar también que las aportaciones de los socios pueden hacerse en propiedad o en uso, toda vez que la regla general es la aportación de dominio, tal se desprende de lo enunciado por el artículo 11 de la Ley General de Sociedades -- Mercantiles que preceptúa "Salvo pacto en contrario, las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio..."

(15) Rodríguez y Rodríguez Joaquín, op. cit. pág. 46

7o.- El domicilio de la sociedad. -

Se ha expresado ya, que éste es el espacio geográfico en donde reside la sociedad para todos los efectos legales.

8o.- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores. -

Esta fracción y la siguiente que requiere "el nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social", obedecen a la natural organización y buen manejo del capital social.

10.- La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad. -

Aquí encaja perfectamente, la doctrina de Thaller (16), que señala como distintivo, como carácter esencial del concepto de sociedad, la vocación a las ganancias y a las pérdidas.

11.- El importe del fondo de reserva. -

Tiene por objeto, absorber las pérdidas que se presenten; la sociedad cooperativa además de la reserva común antes señalada, debe tener la de previsión social, cuyo objeto es cubrir, preferentemente, los riesgos y enfermedades profesionales de los socios y que también puede destinarse a obras de carácter social.

12.- Los casos en los que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.

13.- Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de --

(16) cit. por Mantilla Molina L. Roberto. op. cit. pág. 176.

proceder a la elección de los liquidadores cuando no hayan sido designados anticipadamente. -

Ambas fracciones, contienen requisitos clasificados como "funcionales", esto es, que miran a la buena marcha y desempeño de las funciones encomendadas a los socios; varían de acuerdo a cada sociedad de que se trate.

#### ARTICULOS 1o. Y 2o. DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DE CREDITO Y ORGANIZACIONES AUXILIARES. -

Art. 1o.- "La presente ley se aplicará a las empresas que tengan por objeto el ejercicio habitual de la banca y del crédito dentro del territorio de la República.

Se exceptuarán de la aplicación de la misma el Banco de México y las demás instituciones nacionales de crédito, cuando así lo establezcan las leyes. . ."

Como es claro, la actividad de la banca, al tenor del anterior precepto, lleva a cabo actos de comercio; ahora bien, rige también respecto de las empresas dedicadas a ella, lo que el artículo 1o. del Código de Comercio establece para quien tiene la calidad de comerciante, esto es, "hacer del comercio su ocupación ordinaria", si bien el primer artículo de la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares, emplea el término "ejercicio habitual", el que, obviamente, es sinónimo.

Limita el ejercicio habitual de la banca, al territorio nacional; exceptuando de su aplicación al Banco de México.



Debe anotarse que en las operaciones bancarias, ya activas ya pasivas, se lleva a cabo actos de comercio (Frac. XIV art. 75 Código de Comercio). Cabe transcribir lo que respecto de las actividades activas-pasivas de los bancos, dice el maestro --- Mantilla Molina: "... las operaciones bancarias son de dos clases: activas y pasivas. Mediante éstas el banco adquiere el uso de capitales, que invierte en las operaciones activas, con las cuales confía a terceros los capitales que a él se le han confiado; - el banco lucra con la diferencia de tasa de interés entre las operaciones activas, en que presta el dinero, y las operaciones pasivas, mediante las cuales lo obtiene, a -- veces gratuitamente (depósitos a la vista). Es digno de notarse como una operación - gratuita sirve de base a una especulación comercial. En verdad, las operaciones ban-- carias son en esencia similares a las previstas en la fracción I: se adquiere el uso de una cosa (dinero), con el propósito de ceder su uso, obteniendo un lucro (la diferen-- cia de tipo de réditos en las dos operaciones)" (17)

La parte siguiente del artículo que se comenta, reputa como institu-- ciones u organizaciones auxiliares nacionales de crédito, las que se constituyen con participación del Gobierno Federal, o en las cuales éste se reserva el nombramiento de la mayor parte del consejo de administración, de la junta directiva o bien de -- aprobar o vetar los acuerdos que la asamblea o el consejo adopten. Es la Secretaría de Hacienda quien debe adoptar todas las medidas relativas a la creación y funcio-- namiento de las instituciones nacionales y organizaciones auxiliares nacionales de - crédito; es también el órgano competente para reglamentar e interpretar, para efec--

(17) op. cit. págs. 67 y 68.

tas administrativas, los preceptos de la ley de referencia, así como en todo lo que se refiere a las instituciones de crédito y organizaciones auxiliares.

Por último, el desarrollo equilibrado del sistema bancario y la competencia sana entre instituciones de crédito y organizaciones auxiliares, han de procurarlo la Srfa. de Hacienda, la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros y el Banco de México.

El Artículo 2o. de la L.G.I.C. y O.A., determina que para dedicarse al ejercicio de la banca y del crédito, es necesaria la concesión del Gobierno Federal, que compete otorgar a la Srfa. de Hda., en forma discrecional, con la opinión de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, así como la del banco de México. Dichas concesiones son intransmisibles y se refieren a los siguientes grupos de operaciones de banca y crédito: El ejercicio de la banca de depósito; las operaciones de depósito de ahorro; las operaciones financieras; las operaciones de crédito hipotecario; las operaciones de capitalización; y las operaciones fiduciarias. Las sociedades a quien se otorgue la concesión en cualesquiera de los términos anteriores, tendrán el carácter de instituciones de crédito.

Tendrán el carácter de organizaciones auxiliares de crédito, atento a lo que dispone el artículo 3o. de la ley que se comenta, los Almacenes Generales de Depósito y las Uniones de Crédito.

El artículo 1o. de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas, prescribe que la institución de fianzas, es una sociedad anónima, autorizada previamente por el Gobierno Federal para otorgar fianzas a título oneroso; correspondiendo -

a la Srfa. de Hacienda otorgar discrecionalmente la autorización a que se refiere el artículo antes comentado.

Retomando al marco de la importancia de la nacionalidad de las sociedades, el artículo 3o. de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas, limita la autorización de las instituciones de fianzas, a las sociedades anónimas de nacionalidad mexicana.

Abunda sobre lo anterior, la Ley General de Instituciones de Seguros en sus artículos 1o. y 2o., que a la letra dicen:

Art. 1o.- "Son instituciones de Seguros:

I.- Las instituciones nacionales de seguros;

II.- Las sociedades mexicanas privadas autorizadas para practicar operaciones de seguros; y

III.- Las sucursales de compañías extranjeras de seguros autorizadas para operar en la República conforme a esta Ley "

El artículo 2o., prescribe que son instituciones nacionales de seguros, las que se constituyen con la intervención del Estado Federal, bien que éste suscriba la mayoría del capital, o que inclusive, no haciéndolo, se reserve el derecho de nombrar la mayoría de los miembros del consejo de administración o de la junta directiva o bien de aprobar o vetar las resoluciones que la asamblea o consejo tomen. La creación y funcionamiento de instituciones nacionales de seguros, compete en forma exclusiva a la Secretaría de Hda. Prohíbe el precepto el uso de la palabra "nacional" en la denominación de las instituciones de seguros que no sean las que determina dicho artículo.

## LEY DEL MERCADO DE VALORES.-

Prescribe en su artículo lo. que dicha ley regula, en sus propios términos, la oferta pública de valores, la intermediación en el mercado de éstos, las actividades de las personas que en él intervienen, el Registro Nacional de Valores e Intermediarios y las autoridades competentes en materia de mercado de valores. El segundo artículo de la Ley del Mercado de Valores, considera como oferta pública la que se haga por algún medio de comunicación masiva o a persona indeterminada, para suscribir, enajenar o adquirir títulos o documentos que la propia ley determina como valores, a saber: acciones, obligaciones y demás títulos de crédito que se emitan en serie o en masa. Cabe observar respecto de los anteriores artículos, lo siguiente: Si entendemos por oferta en cualquiera de estas acepciones: promesa que se hace de dar, cumplir o ejecutar una cosa; propuesta para contratar; presentación de mercaderías en venta, tal actitud, al decir de Manuel Ossorio (18), "presenta el problema jurídico de determinar hasta que punto el ofrecimiento unilateral obliga al oferente ante terceros. La norma general es que, no perfeccionándose el contrato sino mediante la aceptación de la oferta, el oferente puede retractarse antes de que ésta se produzca. La aceptación obligaría a ambas partes, siempre que la oferta y su admisión contuvieran todos los elementos necesarios para la efectividad del contrato.."

A tal cuestionamiento, Bonilla San Martín (19), responde considerando que la oferta mercantil quedará legalmente formulada, desde el momento en

(18) op. cit. págs. 511 y 512.

(19) cit. por Ossorio Manuel, op. cit. pág. 512.

que el comerciante anunciare, por los distintos medios de publicidad, alguna operación comercial a la que se compromete y a cuyo cumplimiento queda obligado. La aceptación debe ser hecha dentro de un plazo determinado; la obligación del oferente subsiste mientras no haga pública la revocación de la oferta.

### EXPOSICION DE MOTIVOS DE LA LEY FEDERAL DE TURISMO. -

Con toda intención, he querido dejar para el desarrollo del presente tema, conceptos tan importantes como trascendentes para el objetivo central de este trabajo. Naciones en torno a las cuales, la doctrina se ha ocupado abundantemente: comercio, industria y empresa.

Comercio. - Numerosas acepciones tiene el vocablo "comercio"; derivado de la voz latina "comercium", de cum, con y marx, mercis, mercancía. La Academia Española le define de la siguiente manera: "Negociación que se hace comprando, vendiendo o permutando. - Trato de unos pueblos con otros." Jurídicamente se han dado, entre otras, las siguientes definiciones:

Para González Huebra (20), "es la industria que tiene por objeto hacer accesible toda clase de productos a consumidores. Se ejerce comprando, vendiendo, permutando, conduciendo y asegurando las condiciones de dichos productos, y proporcionando o cambiando cantidades para emplearlos con estos objetos, todo con ánimo de ~~acar~~ ganancias".

Es también, "una actividad especial que consiste en unir, salvando

(20) González Huebra Pablo, Curso de Derecho Mercantil, 2a. Edición, pág. 2 Imprenta del Heredero de José Gogas, Madrid, 1859.

obstáculos de tiempo y lugar, a la oferta y a la demanda, o lo que es lo mismo, en términos generales, a la producción y al consumo". (21)

Se le ha definido igualmente como la industria del cambio "que sirve de intermediario entre productores y consumidores, o entre vendedores y compradores, en general, lo que proporciona una utilidad positiva e innegable". (22)

Para el maestro Tena, la noción del comercio se inicia con los actos que unen al consumidor y al productor; dicha actividad de mediación o interposición, "substancia y médula del comercio, a la luz de la concepción económica es aún más necesaria en el actual estado de desarrollo de la industria mercantil pues, si por una parte, pudiera creerse lo contrario, atendida la asombrosa rapidez y facilidad que -- han alcanzado las comunicaciones, hay que considerar, por otra parte, que este mismo factor le permitió al mercado borrar las fronteras de diferentes pueblos para convertirse en mundial "(23).

"Industria.- La Enciclopedia Espasa-Calpe le define como "la suma y conjunto de las industrias de uno mismo o varios géneros, de todo el país o de parte de él".-

"Conjunto de empresas de toda clase para producir y circular la ri-

(21) Carrillo Zalce Ignacio, Documentación y Prácticas Comerciales Editorial Banca y Crédito, pág. 3 2a. Edición, México, 1947

(22) idem. pág. 44

(23) Tena de J. Felipe, Derecho Mercantil Mexicano 2a. Edición Tomo I, pág. 19 Librería de Porrúa Hnos. y Cía. México 1938.

queza."

Hemos de remitirnos en este punto , a lo expresado líneas antes, toda vez que nos interesa subrayar lo relativo a la empresa. La Academia le define como "la sociedad mercantil o industrial que realiza negocio".

Ahora bien, los primeros problemas que se plantearon al ocuparse de la empresa, fueron de orden terminológico; doctrina y leyes de la materia, no emplearon una terminología uniforme, lo que ha dado lugar a diversas confusiones.

La palabra empresa figura en el Código de Comercio Francés, así como en otros códigos latinos que lo han seguido en la enumeración de los actos de comercio, sin dar, lamentablemente, una definición de la misma.

En el derecho francés, al margen del código, apareció la noción de "fonds de commerce", expresando con ella el conjunto de elementos: nombre, local, mercancías, clientela.

En el Código Español, empresa toma el sentido amplio de organización económica de índole muy variada, así como también en el sentido de compañía mercantil.

En el derecho Alemán, el Código de Comercio menciona empresa para la determinación de la comercialidad, con un criterio subjetivo.

En las leyes italianas, no hay unanimidad cuando se trata de definir el concepto "empresa"; se considera su significación jurídica, únicamente.

Cabe decir que la finalidad económica de tal unidad de acción, creó una noción económica de empresa que se fue desarrollando a la par con el sistema capitalista moderno, sin necesitar de una noción jurídica.

La doctrina moderna se ha esforzado por integrar una noción jurídica de empresa, pero en sentido de organización, para una determinada finalidad económica.

Así pues, aún a "vuela pluma" habiéndonos ocupado de conceptos previos a la exposición de la misma, pasamos a "La Exposición de Motivos de la Ley Federal de Turismo".

Dicha exposición principia por definir como industria al turismo. "La industria turística tiene importancia innegable para el país por sus significativas repercusiones en los distintos ramos de la economía nacional..." "...contamos con innumerables atractivos para los turistas, tanto nacionales como extranjeros que han venido haciendo posible un intenso desenvolvimiento de esa industria..." "... en 1939 se creó el Consejo Nacional de Turismo, buscando, a través de él una coordinación armónica de las diversas dependencias oficiales y las instituciones y empresas privadas que de una manera u otra se relacionan con tal industria..." "... en efecto, el turismo es, considerado como una industria, un conjunto de actividades en las que intervienen, por una parte, sujetos activos y pasivos, y por la otra, bienes y recursos respecto de los cuales aquéllos realizan actos diversos. El sujeto pasivo de la actividad turística es aquél que recibe, usa o aprovecha todas o algunas de las actividades que constituyen la industria. Esta se ha especializado en crear, operar



y mantener una serie de servicios o bienes que pone a disposición para que los consuma o use el turista o viajero. Los sujetos activos de la industria turística, son los que prestan los servicios y que, a diferencia de los sujetos pasivos, que solamente pueden ser personas físicas—puesto que las personas jurídicas no viajan, se transportan, se alojan, se alimentan, se divierten ni descansan—pueden ser individuos o empresas que los organizan, establecen y mantienen, en forma regular, habitual y exclusiva...” — “... es decir, el turista aprovecha los servicios especializados que se le ofrecen. Los prestadores de esos servicios los venden a los turistas y éstos los compran. Esa compra-venta, por parte de los prestadores habitualmente dedicados a ello, constituye un acto de comercio. Dentro de este concepto caben los servicios que se ofrecen al turista en transportes, alojamientos, restaurantes, guías de turistas, agencias de viajes, centros de diversión y otros diversos que pueden enumerarse y que tienen de común entre sí, que se venden precisamente al turista o viajero para su uso o consumo. Como evidentes actos de comercio desde el punto de vista del prestador, son materia que queda dentro del campo legislativo del Congreso de la Unión, como lo establece el artículo 73 en su fracción X de la Constitución General de la República.

Considerados como actos de comercio, los que implican los servicios turísticos, el interés federal y el local se conjugan, puesto que si bien es federal la facultad normativa, puede ser concurrente con ella la de los Estados en la aplicación de la ley, tal y como resulta en materia de comercio, en que los Estados de la Federación tienen jurisdicción para ejecutar las leyes mercantiles...”

Como puede observarse en los párrafos antes transcritos, la exposición de motivos de la Ley Federal de Turismo, es categórica en dos cuestiones, a sa

saber: en considerar al mismo como una industria y la compra-venta entre prestadores de servicios y viajeros y turistas como actos de comercio. Cabe al respecto hacer las siguientes consideraciones:

Como quedó expuesto anteriormente, los conceptos "industria" y "empresa" se contienen indistintamente. Si, para el efecto de admitir como industria al turismo, aceptamos la definición de la misma en estos términos: "Conjunto de empresas de toda clase para producir y circular la riqueza", habremos de admitir que es también una empresa que es a su vez, una "sociedad mercantil o industrial que realiza negocio".

Por cuanto a que el turismo sea un acto de comercio, cuenta habida de que el propio artículo 75 del Código de Comercio en su fracción VIII así lo determina, estimamos que la relación que se establece entre quien ofrece los servicios especializados que integran la actividad turística, esto es, transportes, alojamientos, restaurantes, etc., y quien los recibe sea turista o el viajante, es en estricto derecho un acto de comercio.

Cuestión más trascendente que las anteriores, es la relativa a si el Congreso de la Unión tiene facultades para legislar en materia de turismo. En sentido afirmativo se ha dicho:

"... No se ha escapado a nuestro juicio el argumento sobre facultades del Congreso de la Unión para legislar en materia de turismo. Los integrantes de las Comisiones Dictaminadoras reconocemos la inexistencia de facultades expresas en el artículo 73 constitucional, pero al mismo tiempo advertimos a los señores legis-

ladores que conforme a la teoría general de nuestro régimen de derecho; solamente — una Ley Federal puede calificar el interés público nacional para el incremento y fomento del turismo. Así lo reconoce la H. Suprema Corte de Justicia de la Nación en su tesis jurisprudencial No. 747, Apéndice al Tomo XCVII, pág. 1358 del Semanario Judicial de la Federación, en la cual se establece que: "La estimación del orden público, en principio, corresponde al legislador que la hace valer al dictar una ley..." (24)

A mayor abundamiento se dijo lo siguiente:

"... La fracción X del artículo 73 constitucional faculta al Congreso de la Unión para legislar en toda la República sobre comercio. Ya sabemos que la historia de esta fracción se refiere a la intención del Constituyente de expedir leyes generales mercantiles y no regular los actos concretos del comercio, según la tesis de Velasco en su Tratado de Derecho Constitucional, pero también se reconoce y se ha admitido la necesidad de uniformar la legislación mercantil y la prueba está en la expedición del Código de Comercio, de calidad federal y de jurisdicción concurrente. Por otra parte, la fracción XVI del mismo artículo 73 concede facultad federal para legislar sobre la condición jurídica de los extranjeros, emigración e inmigración y es indudable que el movimiento turístico está relacionado íntimamente con estos -- conceptos..." (25)

(24) Brena Torres Rodolfo, Dupré Ceniceros Enrique, Lanz Duret Fernando, Ibarra - Guillermo y Magdalena Mauricio. Diario de los Debates No. 12, Octubre 20 de 1960.

(25) idem.

En la misma sesión se citó, también en apoyo del argumento afirmativo, al maestro Gabino Fraga de quien se dijo lo siguiente: "Un distinguido jurista - mexicano, maestro de generaciones a quien todos los abogados de 30 años a esta parte, respetamos mucho, fue consultado por la H. Cámara de Comercio de la Ciudad de México en relación con la constitucionalidad de la Ley de Turismo. Me refiero al eminente maestro don Gabino Fraga y copio de él los siguientes pensamientos:

Es evidente que el turismo y un buen número de actos relacionados con él han sido objeto de disposiciones reglamentarias de la Ley de Población en materia - turística, puesto que la facultad del Congreso Federal está clara y expresamente consignada al atribuir a ese Poder la legislación sobre migración, según se desprende del artículo 73 fracción XVI de la Constitución de la República". (26)

Quienes busquen en la Constitución la palabra turismo, habrán de - decirse en la sesión del 20 de octubre de 1960 en la Cámara de Senadores, "buscan - un fantasma: no existe . Pero ¿qué es el turismo? Quienes lo busquen como algo - tangible, también buscan un fantasma. El turismo es una serie de actos que analizados uno tras otro pueden encontrarse comprendidos en las actividades que realiza el viajero, en los servicios que se le prestan y esto es lo que en conjunto se llama turismo. Pero un sustantivo especial, una cosa única llamada turismo, no existe..." ---  
"... Así, pues, el turismo como palabra, en la Constitución, no se va a encontrar. Pero la facultad para legislar en este asunto se expresa, no es implícita; lo que pasa es que no es literal. Pero nadie dice que el Poder Legislativo Federal legisle sólo -

(26) Ítem. Ídem.

cuando literalmente la Constitución le dé facultades. La expresión de esa facultad está en la palabra "comercio", de la fracción X del artículo 73..." (27)

He aquí los argumentos en contra:

"...Yo deseaba sinceramente que nos hubieran aportado argumentos más importantes de los que acaban de exponernos. En el fondo no ha sido sino la repetición de los argumentos jurídicos ya expuestos en el dictamen. Las informaciones estadísticas, los datos económicos no pueden llevar a la conclusión de que por conveniencia económica debe violarse la Constitución. Eso es indiscutible. Veamos cuáles son los argumentos. Respecto a la fracción X del artículo 73 que utiliza la palabra "comercio," si fuera ésta la base de una reglamentación sobre el turismo, habría que establecer el principio de que los actos de comercio cambian de naturaleza porque lo realice un turista o un no turista. Indiscutiblemente que, como lo reconoció el senador Aragón — Rebolledo, la fracción X del 73 no es base suficiente para una nueva Ley Federal de Turismo.

"El segundo argumento es el relativo a que hay Ley de Turismo, y es Ley Federal. En efecto la hay y la ha habido desde hace tiempo; pero bastaría analizar como ha nacido el concepto jurídico de turistas y de turismo para apartarnos de esa base de la fracción X que alude al comercio y para desembo— car en la Ley General de Población. En la Ley General de Población, existen — desde hace muchos años disposiciones sobre turismo y una definición clara de turistas. La ley sobre Turismo y los organismos encargados de manejar, encau—

zar, fomentar y proteger el turismo, nacen de la Ley General de Población, no del Código de Comercio y nacen, por lo tanto, de la fracción XVI del artículo 73 y no de la fracción X. Es decir, jurídicamente el turismo es un aspecto de la política federal en materia de emigración e inmigración. Ahora, el concepto de turista, ¿cuál es? Nos lo revela hasta la alocución brillante que acabamos de oír en que las cifras se dan en dólares y los turistas que los gastan, extranjeros. Entonces, si hablamos de turistas como elementos extranjeros que vienen al país, a comprar cosas y servicios, tenemos un concepto de turista distinto del que consigna el proyecto de ley... " --- "... la simple afirmación de que no se afectan las facultades de las entidades Federales, no es una prueba; pero ¿no se modifica la competencia local? no se modifica si una persona, un agente federal va a realizar actos que antes no realizaba dentro de una Entidad Federal... " "... Nosotros realmente quisiéramos encontrar una base jurídica para estar convencidos de la constitucionalidad y de que no se afecta la competencia reservada por nuestra constitución a las Entidades Federativas... " (28)

Estimando como válidos algunos aspectos de la posición en contra de las facultades del Congreso de la Unión para legislar en materia de turismo, tales como el que datos económicos e informaciones estadísticas no puedan llevar a concluir que por conveniencia económica "deba violarse la Constitución," estimamos que con base en la facultad que otorga la fracción X del artículo 73 Constitucional, al Congreso de la Unión para legislar en toda la República en materia de comercio y, habiendo establecido que el turismo o por mejor decirlo, la serie de actos que lo integran, responden al lineamiento general de los actos de comercio, el Congreso de la

## Unión tiene facultades para legislar en materia de Turismo.

No esta por demás, hacer notar que el turismo como industria merced al cual se efectúan profundas transformaciones en la economía de los países, tiene -- ciertamente ese calificativo y no tan solo a nivel nacional, tratadistas en la materia (29) nos hablan de que el intenso y creciente movimiento turístico, ha provocado el nacimiento de una industria internacional. Así, el Estado se ve obligado a convertir se en promotor incluso de los países que gozaban ya de una sólida tradición turística. Resultante de la inestabilidad e incertidumbre de la demanda, el Estado tiene que -- propiciar la afluencia de capitales. Tal es uno de los aspectos de la trascendencia -- económica del turismo; la economía de un país se ve directa o indirectamente afectada por él, causa por la cual se le ha calificado como un fenómeno totalizador; y si ciertamente, tenga el turismo efectos altamente positivos, tales como el nivel en la balanza de pagos, el desarrollo económico de grandes y pequeñas regiones, el impulso a la industrialización, etc., también es cierto que tienen también efectos negativos: tendencia inflacionista, desajuste entre la oferta y la demanda, etc. En este renglón, Jean Fourastié (30), señala entre los grandes efectos nocivos del turismo a un fenómeno conocido con el nombre de urbanismo, esto es "las monstruosidades cometidas contra el paisaje" por las que, tendrán que pasar muchos años, para que lo obtenido merced al turismo, pueda igualar la pérdida inicial.

(29) Fourastié Jean "Ocio y Turismo" Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat -- Editores S.A. Barcelona, España, 1973, pág. 113

(30) idem. pág. 115

ARTICULOS 1o., 2o. Y 3o., DE LA LEY FEDERAL  
DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.-

Art. 1o.- "Las disposiciones de esta Ley regirán en toda la República y son de orden público e interés social. Son irrenunciables por los consumidores y serán aplicables cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario".

Cabe decir respecto del citado artículo, lo siguiente:

1o.- Es una ley de carácter federal, supuesto que rige para toda la República;

2o.- Sus disposiciones son de orden público e interés social; por orden público ha de entenderse "el conjunto de condiciones fundamentales de la vida social instituidas en una comunidad jurídica, las cuales por afectar centralmente a la organización de ésta, no pueden ser alteradas por la voluntad de los individuos ni, en su caso, por la aplicación de normas extranjeras". (31)

3o.- Sus disposiciones son irrenunciables por los consumidores y serán aplicables cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario; lo que significa que, con base en el hecho de ser "de orden público" deriva su calidad de irrenunciables, otorgándoles igual categoría jurídica que, por ejemplo, las disposiciones en favor de los trabajadores. Por lo que toca a su aplicación cualesquiera

(31) Ossorio Manuel, op. cit. pág. 518.



que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, etc., cabe decir que deroga - por tal hecho, cualquier otra disposición en contrario.

Corresponde la aplicación y vigilancia de dicha Ley en la esfera ad ministrativa, a la Secretaría de Industria y Comercio.

Artículo 2o. - "Quedan obligados al cumplimiento de esta Ley los - comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desa rrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o pres tación de servicios a consumidores".

Artículo 3o. - "Para los efectos de esta Ley, por consumidor se entien de a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o - la prestación de un servicio. Por proveedores, a las personas físicas o morales a que se refiere el artículo 2o. y por comerciantes a quienes hagan del comercio su ocupación habitual o realicen aunque fuere accidentalmente, un acto de comercio y su ob- jeto sea compra-venta o arrendamiento de bienes muebles o la prestación de servicios."

Quedan exceptuados de las disposiciones de esta Ley, la prestación de servicios profesionales, y los que se presten en virtud de un contrato o relación de trabajo".

Reservamos para el contenido del capítulo III de este trabajo profesional, el análisis correspondiente de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

## DERECHO MERCANTIL Y DERECHO ADMINISTRATIVO.

No obstante que el comercio no hace su aparición conjuntamente con el derecho mercantil, ordenamientos jurídicos muy antiguos contienen preceptos que se refieren al comercio; estimando por ello que ahí se encuentran los primeros vestigios del derecho mercantil.

Dentro de ese rudimentario ordenamiento mercantil, se enuncia en primer término a las llamadas "Leyes Rodias", que regularon el comercio marítimo helénico; su influencia se dejó ver en la propia legislación romana y conserva así, hasta nuestra época, "la echazón" que consiste en el reparto proporcional entre todos los interesados, de la suerte de la nave.

En el derecho romano encontramos distintas acciones de contenido mercantil, a saber:

La acción exercitoria, en contra del dueño del buque, para hacer

cumplir lo pactado por su capitán;

La acción institoria; que otorgaba al dueño de una institución mercantil, la correspondiente para exigir el cumplimiento de las obligaciones contraídas por quien administraba dicha institución;

Por medio del "nauticum foenus", se condicionaba la exigibilidad de las obligaciones, al feliz retorno de la nave.

Esas son, entre otras, las disposiciones de carácter mercantil; al decir del maestro Mantilla Molina (32), la falta de un derecho mercantil autónomo en Roma y la propia escasez de disposiciones de carácter mercantil, se ha pretendido explicar, "tanto por el desprecio con que los romanos veían la actividad mercantil como por la flexibilidad de su derecho pretorio, que permitía encontrar la norma adecuada a las necesidades de cada caso, satisfaciendo así las exigencias del comercio. Esta última es la verdadera razón, pues no es exacto que los romanos profesaran, de manera general, aversión al comercio..."

Otra causa por la que no tuvo auge el comercio en Roma, "era la situación de inferioridad en que se veía al que hacía del comercio su actividad principal. Pero esa organización desapareció con la caída del Imperio Romano, y empezaron a surgir lugares donde había un intenso cambio de productos: Amalfi, Piza, Florencia, Venecia, Nápoles, etc., cada una de ellas era un centro de actividad comercial, y cada una fue especializándose. Así, Florencia fue la cuna del Derecho Ban

(32) op. cit. pág. 4

cario. En otras ciudades hubo especialización en otros tipos de actividad comercial, -  
eran las puertas por donde se enviaban productos de oriente a occidente y viceversa.  
.. " (33)

Dada la imposibilidad de detener el avance del comercio, empieza a surgir el derecho comercial como un derecho autónomo; los comerciantes empezaron a reunirse y a dictar sus propias normas a través de los estatutos de las asociaciones comerciales, nace así el derecho gremial.

Fueron famosas sus resoluciones y se cita por los teóricos, las disposiciones de Oleron, que eran el conjunto de sentencias dictadas por el Tribunal del mismo nombre, localizado en la desembocadura del Sena.

#### ALGUNAS DEFINICIONES DEL DERECHO MERCANTIL.-

Dada la necesidad de determinar el contenido del mismo, para "delimitar el conjunto de las relaciones sociales" que deben estimarse sometidas al ámbito del Derecho Mercantil, es preciso concurrir en una definición si no única, si por lo menos, generalmente aceptada. Tal empeño no es fácil, el maestro Rodríguez y Rodríguez al exponer la teoría "negativa y pesimista" de algunos teóricos (Vivante, Lyon-Caen, Garrigues y Tena) señala, con notoria vehemencia, la dificultad de la tarea, en éstos términos: "...pero se ha llegado a más. Al constatar los teóricos este fracaso, se produjo tal desconcierto, que algunos mercantillistas se refugiaron en una defi

(33) Cossío Roberto, Apuntes taquigráficos tomados de sus clases, Facultad de Derecho de la UNAM, Méx. 1950.

nición empírica del derecho mercantil, al que se concebía como el derecho contenido en el Código de Comercio. Y no para aquí el desánimo de los mercantilistas, pues algunos otros al tropezar con la falta de un concepto unitario, tradujeron este hecho como la campanada de alarma respecto de la propia existencia del derecho mercantil y hubo de contemplarse cómo se proclamaba la hora del juicio final del mismo, al hablarse de la disolución de su concepto..." (34)

Mantilla Molina le define, como "el sistema de normas jurídicas — que determinan su campo de aplicación mediante la calificación de mercantiles dada a ciertos actos, y regulan éstos y la profesión de quienes se dedican a celebrarlos." (35)

Es también "aquella rama del derecho privado que regula los actos de comercio, la organización de las empresas, la actividad del comerciante, individual y colectivo, y los negocios que recaigan sobre las cosas mercantiles". (36)

Lorenzo de Benito (37), lo define como "el organismo de las reglas formuladas por el Estado para el desenvolvimiento de la actividad comercial".

Aquella parte del Derecho Privado que "determina la naturaleza y los efectos de los convenios celebrados, tanto por los comerciantes como en ocasión de los actos de comercio", es para Thaller (38), la definición del derecho mercantil. Es

(34) Op. cit. pág. 7

(35) op. cit. pág. 23

(36) Barrera Graf, Jorge, Tratado de Derecho Mercantil, Vol. I México 1957, pág. 6

(37) Manual de Derecho Mercantil, Preliminares, pág. 20

(38) Thaller, Edmond, Tratado Elemental de Derecho Comercial, pág. 4 Vol. I, París, 1931.

obvia la observación de que tal definición deja fuera innumerables obligaciones mercantiles que no se originan merced a un convenio.

Para Alfredo Rocco (39), el derecho mercantil, "es aquel que regula las relaciones de los particulares nacida de la industria mercantil o asimilada a ellas, en cuanto a su régimen y ejecución judicial".

El derecho encargado de regular los actos de comercio pertenecientes a la explotación de industrias mercantiles organizadas, así como los realizados en forma ocasional por comerciantes no comerciantes y que el legislador estima como mercantiles, es para Garrigues (40), el mercantil.

Cabe hacer notar, por su importancia, lo relativo a la autonomía del derecho mercantil, tanto por lo que toca a la pretensa fusión del derecho civil con el mercantil, cuanto por delinear uno de los aspectos centrales de nuestra tesis, esto es las transformaciones que han venido operando en el derecho mercantil.

Apoyando en que la distinción entre ambos, obedecía a una razón histórica; y en que la división del derecho privado hace surgir problemas "inútiles -- sobre la competencia y el procedimiento", Cesar Vivante (41), se pronuncia en pro de la unificación del derecho civil y el mercantil. Abunda en su tesis al afirmar que es difícil conciliar las disposiciones de los dos códigos y, entre otros argumentos, por la posibilidad de la unificación en materia de pruebas y porque los principios genera-

(39) Principios de Derecho Mercantil, Traducción Española, Pág. 6, Madrid, 1931.

(40) Tratado de Derecho Mercantil, Vol. I, pág. 4, Madrid 1936-40

(41) Vivante César Tratado de Derecho Mercantil, Trad. César Silio Beleña, Ricardo Espejo de Hinojosa y Miguel Cabeza y Anido, Madrid, 1932-36 Introducción.

les no cambian con la misma frecuencia que las normas concretas, etc., etc.

A tal postura, se ha contestado que la actual economía agraria, del pequeño comercio y la pequeña industria, no los hace aptos para ser incluidos en la legislación mercantil, (Rocco); que desaparecerá la dificultad de competencia y procedimiento, cuando desaparezcan los actos aislados de comercio; que la dificultad de conciliar las disposiciones de ambos códigos al regular una misma materia, es defecto de la técnica legislativa, más no cuestión de la separación de ambos derechos y, por último, que la unificación de la prueba en Suiza, fue producto de circunstancias especiales.

Precisa el maestro Mantilla Molina (42), en que no es posible la fusión total, completa, del derecho mercantil con el civil, pero que es conveniente y deseable, suprimir de las diferencias que hoy día separan, innecesariamente, a los dos derechos; que la especialidad de los procedimientos y de los jueces mercantiles, no tiene explicación lógica, por lo cual tiende a desaparecer en todos los países.

Aún brevemente, habré de referirme al Derecho Administrativo.

La generalidad de los autores, precisan el campo de acción del derecho administrativo a la regulación de las relaciones entre la administración pública y los administrados.

Contra tal tendencia, Díez (43), define al derecho administrativo, como el conjunto de principios y normas de Derecho Público interno que regula la organización y la actividad de la administración pública.

(42) Op. cit. pág. 36

(43) cit. por Ossorio Manuel, op. cit. pág. 230.

Villegas Basavilbaso (44), le define como un complejo de normas y - de principios de Derecho Público interno que regulan las relaciones entre los entes pú- blicos y los particulares o entre aquéllos entre sí, para satisfacer concreta, directa o inmediatamente, las necesidades colectivas, bajo el orden jurídico estatal.

Se hará una mayor referencia al derecho administrativo, al ocuparme de la tendencia del derecho mercantil hacia su transformación en derecho mercantil - hacia su transformación en derecho público.

#### CODIGO DE COMERCIO DE 1889.-

Promulgado en ese año, entra en vigor el 1.º de enero de 1890; se - inspira en términos generales, en el español de 1885. No obstante encontrarse deroga- dos diversos preceptos, no ha sido abrogado; más bien se ha desmembrado en las si- guientes leyes en vigor: Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, Ley de Sociedades Mercantiles, Ley Sobre el Contrato de Seguro y la Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos.

Diversos proyectos de reforma a dicho código se han intentado; ya en el ar- tículo 2.º de las adiciones al Plan de Guadalupe, expedido por Venustiano Carran- za en 1914, se proponía la revisión del Código de Comercio; en 1929, se rechaza un Proyecto para el nuevo Código de Comercio de los Estados Unidos Mexicanos; en 1943 se publica un anteproyecto que es objeto de diversos estudios y comentarios por espe- cialistas en la materia. Más recientemente, en 1961 se elaboró un nuevo anteproyec- to sin que se redactara la correspondiente iniciativa.

(44) idem.



## TENDENCIA HACIA LA TRANSFORMACION DEL DERECHO MERCANTIL EN DERECHO PUBLICO.-

Tradicionalmente considerado como derecho privado, una marcada tendencia, objetivizada en diversas disposiciones, hace correr los pasos del derecho mercantil, hacia el campo del derecho público. Se expondrán enseguida, algunas notas esenciales de éste último, para establecer con precisión cuales aspectos en concreto, encaminan hacia el campo del derecho público, al que tradicionalmente se ha clasificado como privado.

El derecho público ha sido objeto, a la par de su opuesto, el privado, de numerosas teorías para explicar las diferencias entre ambos. Así, para algunos teóricos, corresponden al primero, las normas de organización de la sociedad; y para el segundo, las normas de conducta de los individuos. Es obvio que, referido este criterio al derecho mercantil, en tal supuesto escaparía a dicha clasificación ya que no dicta normas de conducta. También se pretende fundar la distinción, en los sujetos a quienes las normas se dirigen: sería el Estado el sujeto del Derecho Público, y el individuo del Derecho Privado. Los fines de uno y otro derecho han servido, al menos en el campo de la teoría, para distinguir uno del otro: cuando el fin perseguido sea el interés del propio Estado, estaremos en presencia del Derecho Público; cuando sea el del individuo el fin que se persigue, será al derecho privado al que nos estemos refiriendo.

En donde no hay discusión, al menos en cuestiones de fondo, son en las siguientes características o lineamientos generales del Derecho Público:

1o. Es irrenunciable; en contraposición al privado en que los individuos - pueden o no, ejercitar las facultades que les corresponden;

2o.- Es imperativo; en tanto que en el privado rige el principio de la autonomía de la voluntad;

3o.- Su interpretación es estricta, rígida; las facultades deben ser establecidas expresamente; en el privado puede hacerse aquello que la ley no prohíbe expresamente.

Es tan evidente la tendencia del derecho mercantil hacia el campo del derecho público, que resultaría válida la tesis que sostiene que la distinción entre derecho público y privado no solo no existe; sino que es contradictorio hablar de derecho privado "ya que el Derecho, por definición, tiene una función colectiva..."(45)

Al ocuparnos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, abundaremos en el contenido de derecho público, que, manifiestamente, el mercantil -- tiene.

#### ¿ PUEDE HABLARSE DE DERECHO MERCANTIL ADMINISTRATIVO?

Toda vez que, evidentemente, los actos mercantiles caen dentro del cuadro de satisfactores de "necesidades colectivas, bajo el orden jurídico estatal" - parte integrante del concepto de derecho administrativo según quedó expuesto, que

(45) Ossorio Manuel, op. cit. pág. 240

se viene operando una serie de transformaciones del derecho mercantil hacia el campo del derecho público, rama a la que pertenece el derecho administrativo; que las distintas leyes (Federal del Consumidor, Turismo, entre otras,) que son materia del derecho mercantil, están plenas de contenido de carácter público, es posible, por lo menos en los aspectos apuntados, hablar de la existencia de un derecho mercantil administrativo.

## LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR. -

Expedida por Decreto del 19 de diciembre de 1975, la Ley Federal de Protección al Consumidor, ha venido a ser centro de numerosas polémicas. Es conveniente para el objeto de analizar algunos de sus artículos de mayor interés, hacer mención del contenido de su exposición de motivos, discutido en el seno de la Cámara popular.

Dicho ordenamiento, "se incorpora al derecho social mexicano, y refleja claramente el propósito del Ejecutivo de adecuar las instituciones jurídicas -- creando mecanismos que hagan factible el superior derecho a la vida de las grandes mayorías y es igualmente respetuoso del esquema de desarrollo y del sistema de garantías del individuo que configura nuestra Carta Fundamental..." "...Los principios de la escuela fisiocrática en los que se basa el liberalismo clásico, según los cuales existe un orden natural en la sociedad que rige la vida económica y hace, por tanto innecesaria la intervención del Estado, han sido totalmente rectificadas por el desarrollo ul

terior de condiciones sociales de desigualdad entre las clases y que por el contrario, reclaman y justifican la creciente participación del Estado para corregir estos desequilibrios y asegurar la transformación de la sociedad en la justicia y en nuestro caso en la paz..." "... Este ordenamiento viene a satisfacer una necesidad que era ya - impostergable: transformar al consumidor, de víctima pasiva, en protagonista de sus -- propios derechos, ya que su ejercicio le ha sido imposible en virtud de la estructura, en buena parte monopólica, de la intermediación de bienes de consumo, y de persistentes prácticas comerciales que le imponen la renuncia de derechos y la aceptación de situaciones injustas..." "... Nuestro derecho privado, especialmente en el ramo de lo civil, ha declarado que: "en nombre de la libertad de contratación han sido -- inicuaamente explotadas las clases humildes y que es preciso que el derecho no constituya un privilegio o un medio de dominación de una clase sobre otra "No obstante, - el principio de la autonomía de la voluntad en que se basa la relación contractual si gue fortaleciendo el predominio de las clases que detentan el capital en perjuicio de las mayorías del país, la parte débil en el contrato..." "Las disposiciones civiles y - mercantiles, que regulan esta materia, han sido inoperantes, basadas como están en el principio de la libertad contractual..." "Así como el derecho del trabajo sustrajo - las relaciones obrero patronales del ámbito del derecho privado, el Proyecto de Ley recoge preceptos dispersos en las leyes civiles y mercantiles, sujetas al principio de la autonomía de la voluntad, inoperante cuando intervienen partes contratantes que son desiguales por origen; les da coherencia y unidad en un solo ordenamiento y las eleva a derecho social, tutelar del consumidor, rompiendo con el principio de igualdad de las partes. "... Por el solo traslado al ámbito del Derecho Social de ordenamiento de derecho privado, este Proyecto de Ley se justificaría..." "... Se amplían

las atribuciones de las diversas Secretarías de Estado para que cada una, en la esfera de su competencia genérica, pueda aplicar la ley". (Cabe a este respecto señalar que, por Decreto publicado en el Diario Oficial del 29 de diciembre de 1976, la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, fue abrogada por la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal) "...Se pretende limitar el agio y la usura al dar a la S.I. C. facultadas para autorizar tasas máximas de interés y cargas máximas adicionales — en los contratos..." "...En el artículo 25 se complementa el tipo del delito de — fraude o por razón de agio y de usura que establece el Código Penal..." Estas cuestiones entre otras que al analizar algunos artículos de la Ley que se comenta, iremos señalando, dan una idea clara de los alcances jurídicos, que no prácticos, de la -- Ley Federal de Protección al Consumidor.

Su artículo 10, prescribe: "Las disposiciones de esta Ley regirán en toda la República y son de orden público e interés social. Son irrenunciables por los consumidores y serán aplicables cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario.

La aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de la presente Ley, a falta de competencia específica de determinada dependencia del Ejecutivo Federal, corresponderán a la Secretaría de Industria y Comercio."

Cabe observar respecto de lo anterior, lo siguiente:

1.- La calidad de ser de orden público e interés social, implica su irrenunciabilidad; esto es, derechos calificados de orden público, son por ende, irrenunciables. Se eleva a la Ley que se comenta, a la categoría de norma constitucio-

nal, por ejemplo, el derecho a votar y ser votado, se equipara también al derecho de los trabajadores. En este último caso, luchas arcanadas, apasionadas, llevaron a conquistar tal jerarquía. No es lugar para hacer historia al respecto, pero si es interesante señalar que habida cuenta de la trascendencia de los factores capital-trabajo, es más que justificado el hecho de elevar a la categoría de normas de orden público e interés social, la relativa a los derechos de los trabajadores. Salvo mejor opinión, considero, que hay cierto tinte demagógico por cuanto se refiere a las normas de la Ley Federal de Protección al Consumidor. No escapan a mi juicio, los innumerables abusos que en el cotidiano quehacer mercantil, se cometen; no obstante, recuérdense a este respecto los argumentos anteriormente transcritos al ocuparnos de la polémica en torno a las facultades del Congreso para legislar en materia de turismo; se dijo entonces que no por "conveniencia económica" daba violarse la Constitución. Si -- ciertamente, en el caso no sucede así, estimo que la alta jerarquía de las normas de la multicitada Ley, presupone una alta dosis de descomposición en las distintas actividades mercantiles y da pábulo a mecanismos antes no pensados, para burlar sus disposiciones y aún, propicia, cierta antonía económica. Considero que la sola intervención del Estado, hubiera sido suficiente para salvaguardar los intereses económicos de las llamadas clases populares.

El artículo 2o.- obliga al cumplimiento de esa Ley, a los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores.

## CONCEPTO DE CONSUMIDOR.-

El artículo 3o. para los efectos de la propia Ley, define como consumidor a "quien contrata, para su utilización la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio..." Cabe hacer notar que en la exposición de motivos se habla también de "consumidor intermedio" y "consumidores finales". En estricto sentido gramatical, consumir significa "gastar los bienes por el uso o empleo", "destruir", "extinguir" de tal suerte que, al menos gramaticalmente, resulta muy difícil pensar en consumidores intermedios y consumidores finales. Posiblemente aceptando como "consumo," el último grado "del proceso económico, en que los objetos producidos se utilizan para la satisfacción de las necesidades sociales humanas, tanto mediatas como inmediatas" (46)

Por otra parte, nos parece que la forma en que se define al consumidor, parece ambigua. Dice el citado artículo "quien contrata para su utilización la adquisición, etc." "Puede entenderse que para la propia utilización, para el propio uso o disfrute; lo cual dejaría fuera del concepto a quien compra para otro, como hay muchísimos casos. Creo que debió emplearse la frase "quien contrata para ser utilizados, la adquisición, uso o disfrute de bienes, etc."

## CONCEPTO DE PROVEEDOR.-

El propio artículo 3o. da el carácter de proveedores, "a las personas físicas o morales a que se refiere el artículo segundo". Ossorio le define "como

(46) Ossorio Manuel, op. cit. pág. 164.



aquél que realiza una provisión" (47) y por ésta se entiende la provención de medios o cosas necesarios para un fin.

### CONTRATOS DE ADHESION.-

Precisa el artículo 4o. que para los efectos de esa Ley, se entiende por contratos de adhesión aquéllos cuyas cláusulas hayan sido aprobadas por alguna autoridad o redactadas unilateralmente por el proveedor, sin que la contraparte, para aceptarlo, pueda discutir su contenido.

Si se me permite la expresión, diríase más bien, por ajustarse a la realidad, que se trata de verdaderos contratos de "agresión". Innumerables actos de la vida cotidiana, se ven sujetos a tales contratos. Desde actos de la simple esfera de la ama de casa: notas de tintorería, boletos de autobuses, ventas a domicilio, etc. - hasta contratos de mayor importancia como los del agua, la energía eléctrica, el gas, etc. , se celebran merced a dichos contratos. La más de las veces, por no decir que en su generalidad, se trata de un compendio auténtico de cláusulas leoninas, que por su uso cada vez más frecuente y la necesidad o los servicios, se tienen que aceptar.

A este respecto, la Ley Federal de Protección al Consumidor, introdujo un nuevo elemento que quizá en algo, frene el abuso que se comete con los susodichos contratos. Prescribe el artículo 47, que se ocupa de las ventas a domicilio, entre otros, el siguiente requisito:

(47) op. cit. pág. 624

"Las ventas a domicilio deberán constar en un contrato escrito que -  
contendrá:

g) La facultad del consumidor para revocar el consentimiento."

Lo que pone en actitud de que, en presencia de alguna argucia o -  
cláusula leonina, podrá revocar su consentimiento.

#### PUBLICIDAD Y OFERTA DE LAS OPERACIONES DE CREDITO Y DE LOS SERVICIOS.-

Se ocupan de la misma los arts. 5o. al 19o.

##### De la Publicidad.-

1.- Deberá ser veraz y suficiente;

2o.- No debe inducir al error sobre origen, componentes, usos, características, y propiedades de toda clase de productos y servicios.-

(Lo cual quiere decir, al menos escrito está, que el llamado "dolo - bueno de los comerciantes" ha quedado atrás)

3o.- La relativa a bienes y servicios provenientes del extranjero, - queda sujeta a la Ley que se comenta, con responsabilidad solidaria entre la casa matriz, filiales, subsidiarias y agencias.

4o.- Los anunciantes pueden solicitar de la autoridad competente, - opinión o dictámen sobre la publicidad que pretendan realizar; si - dentro de 45 días no se rinde, se entenderá aprobada, a excepción - de que el anunciante hubiera proporcionado datos falsos.

El artículo 6o. precisa las facultades que en esa materia tiene la -

Secretaría de Industria y Comercio, a saber:

Obligar al cumplimiento de la veracidad en la publicidad; tanto a materiales, elementos, substancias o ingredientes, como su peso, propiedades o características así como las indicaciones para el uso normal y conservación del producto; asegurar las garantías de los productos y servicios, así como su eficacia; modificar el sistema de venta de cualquier tipo de bienes o arrendamiento de bienes muebles; determinar cuales productos deberán ostentar el precio de fábrica; fijar los precios de productos de consumo generalizado o de interés público, incluyendo los de importación; fijar igualmente las tarifas de los servicios que se ofrezcan al público, de acuerdo con los Reglamentos o Decretos que expida el Ejecutivo Federal; dictar las resoluciones, acuerdos o medidas administrativas pertinentes para hacer cumplir las normas de protección y orientación a los consumidores.

Deberá emplearse en etiquetas, envases, empaques y publicidad de los productos, el idioma español. (No estaría por demás haber agregado que sin desfigurarlo, como sucede en muchos casos)

El artículo 8o. prescribe que "la falta de veracidad en los informes o instrucciones a que se refieren los artículos anteriores, es causa de responsabilidad por los daños y perjuicios que ocasionen".

No cabe duda que en este caso como en algunos otros, la buena fe del legislador no compagina con la astucia de algunos comerciantes sin escrúpulos. Sirva este ejemplo para confirmar nuestro dicho. Cuantos y cuantos productos, dicen contener, vitaminas, minerales, o cualquier otro ingrediente de supuestas cualidades

nutricionales o embellecedoras. Vamos a suponer que hay quien por costumbre los usa y nunca en realidad, obtenga los beneficios que pretendía, no obstante no se producen daños y perjuicios, simple y sencillamente consumió un producto que únicamente contenía los elementos naturales del mismo y, de hecho, es imposible verificar la veracidad de la publicidad en casos como este.

El artículo 10 prohíbe leyendas que indiquen: "producto de exportación", "calidad exportación", salvo autorización expresa. La expresión garantía, so lo podrá usarse cuando se indique al consumidor la manera de hacerla efectiva.

Se regulan también los productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos (Art. 12) los productos peligrosos deberán llevar instructivo anexo para su empleo. (Art. 13)

El artículo 14 prohíbe lo que es tan frecuente: la venta condicionada de un producto o la prestación de un servicio, a la compra o prestación de otro.

Se entiende por "promoción", el ofrecimiento al público de bienes o servicios, con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro objeto o servicio de cualquier naturaleza. (Art. 15); por "oferta" el ofrecimiento al público de productos o servicios, en iguales condiciones a las que prevalecen en el mercado, a precios rebajados o inferiores a los de éste. (Ídem) En ofertas y promociones, deberá indicarse: condiciones, término de duración y volumen de mercancía en ofrecimiento. Si no se fija plazo, se entenderá que es indefinidamente; deberá requerirse para efectuarlas autorización previa de la Secretaría de Industria y Comercio, para los productos y para los servicios a la dependencia a que corresponde su control, inspección o vigilancia.

Si no se cumple el ofrecimiento, el consumidor puede, o bien pedir su cumplimiento forzoso o aceptar otro bien o servicio equivalente o bien la rescisión del contrato.

El proveedor debe suministrar el bien o servicio en los términos ofrecidos; en caso de error en la compraventa de un bien, el consumidor o el proveedor tendrán derecho, dentro de tres días hábiles siguientes a la celebración del contrato, al cambio o bonificación de la cosa.

En caso de rescisión por mutuo consentimiento, queda prohibido al proveedor comprar, reconocer o bonificar al consumidor, un precio inferior al originalmente pactado.

Los gastos que origine la devolución o la restitución, serán a cargo del responsable del error. (Art. 19)

#### SERVICIO PÚBLICO Y SERVICIO AL PÚBLICO.-

Hauriou, (48), define el servicio público, como aquél de carácter técnico que se presta al público de manera regular y continua, para satisfacer una necesidad pública y por una organización también de carácter público.

Se llama contratos administrativos, a los que la administración pública celebra con los particulares, con el objeto de asegurar la ejecución de obras,

(48) cit. por Ossorio Manuel, op. cit. pág. 704

la prestación de servicios o el suministro de materiales. Dichos contratos no están regidos por normas de carácter civil, sino por el derecho administrativo.

Servicio al público, es aquél que con el objeto de satisfacer sus distintas necesidades, proveedores de bienes o servicios, le ofrecen.

Las distintas operaciones que el servicio al público implica, corresponden a la esfera del derecho mercantil, en su gran mayoría, aunque debe destacar se que los hay también de naturaleza administrativa.

## AUTORIDADES ENCARGADAS DE LA APLICACION DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.-

En primer término, la Secretaría de Industria y Comercio; la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor.

A la Secretaría de Industria y Comercio corresponde: "la aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de la presente ley, a falta de competencia específica de determinada dependencia del Ejecutivo Federal, coresponderá a la Secretaría de Industria y Comercio..." (Art. 1o.)

Tiene la Secretaría de Industria y Comercio, facultades para obligar a cumplir todo lo relativo a la publicidad y garantía de los bienes y servicios que se ofrecen al consumidor, en los términos que hemos anotado en el anterior capítulo, al ocupamos del contenido del artículo 6o.

Tiene facultad para autorizar, en los productos destinados a la exportación, el uso de etiquetas, envases, empaques, etc., en idioma extranjero.(art. 7o.)

Para fijar las bases mínimas que deberán contener las pólizas de garantía; (art. 11); para autorizar las promociones de diversos productos (Art. 17); para fijar las tasas máximas de interés así como los cargos máximos adicionales que puedan hacerse al consumidor en relación a cualquier acto o contrato en el que se le conceda crédito (Art. 22); efectuar las comprobaciones de calidad, especificaciones o cualquier otra característica (Art. 35) determinar el plazo y señalar las bases, para asegurar el suministro oportuno de partes y refacciones (Art. 37) para sancionar, a petición de parte, a quien inserte algún aviso comercial en los distintos medios de difusión, dirigido nominativamente a uno o varios consumidores, con el objeto de hacer efectivo algún cobro o el cumplimiento de un contrato; y, para integrar el Titular de la misma, el Consejo Directivo del Instituto Nacional del Consumidor.

#### PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.-

Características. - Es un organismo descentralizado de servicio social; tiene funciones de autoridad; tiene también personalidad jurídica así como un patrimonio propio, "para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora". (Art. 57)

Su domicilio será la Ciudad de México, estableciendo delegaciones en todos los Estados y en los lugares que se considere necesario. En las controversias en que sea parte, los Tribunales Federales serán competentes para resolverlas.

Serán coadyuvantes de la Procuraduría Federal del Consumidor, toda clase de autoridades federales, estatales y municipales, así como las organizaciones de consumidores.



Tiene, de acuerdo con el artículo 59, las siguientes atribuciones:

1.- Representar los intereses de la población consumidora ante toda clase de autoridades administrativas ejercitando las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan en defensa del interés del consumidor;

2.- Representar colectivamente a los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales;

3.- Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección del consumidor;

4.- Representar colectivamente a los consumidores en cuanto tales, ante entidades u organismos privados y ante los proveedores de bienes o prestadores de servicios;

5.- Asesorar, gratuitamente, a los consumidores;

6.- Hacer las denuncias correspondientes ante la autoridad competente, de los casos de violación de precios, normas de calidad, medidas y otras características;

7.- Denunciar ante las autoridades competentes las prácticas monopólicas, atentatorias del 28 constitucional;

8.- Conciliar las diferencias entre proveedores y consumidores, fungiendo como amigable componedor, y en caso de reclamación contra comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y demás órganos del Estado, observando las siguientes reglas:

I.- El reclamante deberá acudir ante la Procuraduría Federal del Consumidor, la que pedirá un informe a la persona física o moral contra la que se hubiera presentado la reclamación;

II.- Acto seguido, la Procuraduría Federal del Consumidor, citará a las partes a una junta en la que las exhortará a conciliar sus intereses y, de no ser posible, para que designen árbitro; en ambos casos se levantará acta respectiva;

III.- El compromiso arbitral desahogará conforme al procedimiento que convencionalmente fijen las partes y, supletoriamente, de acuerdo con la legislación ordinaria;

IV.- Las resoluciones de la Procuraduría, bien como amigable componedor, bien como árbitro, admitirán el recurso de revocación. El laudo arbitral só lo admitirá aclaración del mismo;

V.- La falta de cumplimiento voluntario a lo convenido en la conciliación o laudo arbitral, dará margen para acudir a la jurisdicción ordinaria;

VI.- Cuando alguna de las partes no esté de acuerdo en designar árbitro a la Procuraduría, podrá hacer valer sus derechos ante los tribunales correspondientes, quienes deberán exigir como requisito una constancia de que se agotó el procedimiento conciliatorio, constancia que expedirá la Procuraduría en un máximo de tres días siguientes a la fecha de su solicitud.

9.- Denunciar ante el Ministerio Público, los hechos que lleguen a su conocimiento y que puedan ser constitutivos de delito;

10.- Excitar a las autoridades competentes, para que tomen las medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores o de la economía popular;

11.- Denunciar ante las autoridades correspondiente y además, en su caso, ante el superior jerárquico de la autoridad responsable, los hechos que lleguen a su conocimiento, derivados de la aplicación de esta Ley, que puedan constituir delitos, faltas, negligencia u omisiones oficiales;

12.- Poner en conocimiento del Instituto Nacional del Consumidor, cuando lo estime conveniente, las excitativas que haga a las autoridades, en los términos de la fracción décima;

13.- Velar en la esfera de su competencia, por el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor y las disposiciones que de ella emanen.

El Procurador será nombrado por el Presidente de la República; debiendo ser ciudadano mexicano por nacimiento, y tener título de licenciado en derecho.

Corresponde también a la Procuraduría, solicitar la regulación de la venta de productos o prestación de servicios que tengan efectos perniciosos para la sociedad o la salud física o síquica de los consumidores; asimismo, cuidar que los contratos de adhesión no contengan cláusulas leoninas, pudiendo por si o por medio del Instituto Nacional del Consumidor, hacer una advertencia al respecto, demandar judicialmente la nulidad de las cláusulas en cuestión, o bien elevar a la consideración del Ejecutivo Federal, las medidas conducentes para regular el contenido de --

los contratos a que se refiere el precepto que se transcribe.

Como medios de apremio para el desempeño de su cometido, la Procuraduría Federal del Consumidor, cuenta con los siguientes:

- a) Multa hasta de veinte mil pesos;
- b) El auxilio de la fuerza pública; si fuere insuficiente la medida de apremio, se procederá contra el rebelde por el delito contra la autoridad.

#### INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.-

Es un organismo descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio. (Art. 67)

Fue creado con el objeto de informar y capacitar al consumidor en el conocimiento y ejercicio de sus derechos; para orientarle a que utilice racionalmente su capacidad de compra y en el conocimiento de prácticas comerciales publicitarias, que lesionen sus intereses. Creado también para propiciar hábitos de consumo tendientes a proteger el patrimonio familiar y promover el sano desarrollo y la adecuada asignación de los recursos productivos del país.

Tiene las siguientes atribuciones:

- 1.- Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información, para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;
- 2.- Formular y realizar programas de difusión, de los derechos del consumidor;

3.- Orientar a la industria y al comercio respecto a las necesidades y problemas de los consumidores;

4.- Realizar y apoyar investigaciones en el área de consumo;

5.- Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos en materia de orientación al consumidor;

6.- Promover nuevos y mejores sistemas y mecanismos que faciliten en los consumidores el acceso a los bienes y servicios en mejores condiciones de mercado.

El Instituto Nacional del Consumidor está integrado por un Consejo Directivo, un Director General y los funcionarios y personal que se requiera.

Su domicilio será la Ciudad de México, con delegaciones y oficinas en otros lugares.

#### INDETERMINACION DE COMPETENCIA.-

Como se desprende del artículo primero de la Ley Federal de Protección al Consumidor, a falta de competencia específica, la aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de dicha ley, corresponderá a la Secretaría de Industria y Comercio. Tanto este hecho como el procedimiento de conciliación, no están acordes a la importancia de la citada ley.

Es lógico por el primero de los aspectos, imaginar el gran número de conflictos de competencia que pueden suscitarse, toda vez la amplia regulación -

de hechos, y antes jurídicos que integran el ordenamiento.

Por cuanto se refiere al procedimiento conciliatorio, por cuanto deja libre el ejercicio de la acción ordinaria, bien puede significar tan solo pérdida de tiempo. Y lo que es más, el hecho de condicionar el ejercicio de los derechos del consumidor ante los tribunales competentes, mediante la expedición por parte de la Procuraduría, de una constancia, dilata innecesariamente el ejercicio directo, por decirlo así, de la acción correspondiente. Viene a convertirse el tal procedimiento conciliatorio, en un medio preparatorio a juicio, con la gran desventaja de la pérdida de tiempo; lo que en buen castellano significa dilatar y apartarse de los lineamientos constitucionales que prescriben como nota esencial del procedimiento, su expeditud.

Por otra parte, cae la Ley en el vicio de la generalidad, de la vaguedad, de la imprecisión; empezando por la competencia a que se refiere su artículo primero; no determina, como en el caso del artículo cuarto, la autoridad de que se trata, "...cuyas cláusulas hayan sido aprobadas por alguna autoridad..."; "ordenar se hagan las modificaciones procedentes..." ordenar a quién; (Art. 6o. Frac. III); condiciona innecesariamente a la resultante de daños y perjuicios, la falta de veracidad; por si sola debe sancionársele, (Art. 8o).

Frasas como "Podrá ordenarse", (art. 11) "otras dependencias" (art. 17), "sanción administrativa correspondiente" (art. 30), dan idea de la vaguedad de dicha Ley; no se precisa quien ordena, cuáles dependencias, y cuál es la sanción que corresponde.

Tales observaciones no nacen de un prurito crítico; los hechos han

demonstrado, que numerosos problemas se suscitan cuando una ley es imprecisa, cuando el legislador no tuvo el cuidado de concretar debidamente.

No obstante, sería necio pasar por alto las bondades que la Ley Federal de Protección al Consumidor contiene; el solo hecho de inspirarse en la protección de la economía de las clases populares, es meritorio.

Debe decirse también que dicha ley responde a una tendencia actual del derecho todo, el irse incorporando paso a paso, al marco generoso del derecho social.

Las instituciones nacidas, bajo el imperio del derecho privado, han ido escapando de ese su marco estrecho y, leyes como la que nos ocupa, son ejemplo de la tendencia al cambio.

Se apuntó líneas antes, la tendencia del derecho mercantil, hacia el campo del derecho público, que no viene a ser sino la resultante de que los hechos cotidianos condicionan al legislador, quien sin poder negar que el derecho debe ser reflejo fiel de los cambios de la propia vida, los incorpora a un marco más amplio, más grande, más generoso.

## POSIBLES DEROGACIONES DE ORDENAMIENTOS JURIDICOS MERCANTILES EN RELACION CON LA LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.-

Con relación al contenido del artículo 3o. de la Ley Federal de --  
Protección al consumidor, cabe decir que modifica sustancialmente las disposiciones  
de carácter mercantil, que el también número tres del Código de Comercio, expresa.  
En efecto, el tercero de la Ley Federal de P. al Consumidor, determina lo siguiente:

Art. 3o.- Para los efectos de esta Ley, por consumidor se entiende  
a quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la --  
prestación de un servicio. Por proveedores a las personas físicas o morales a que se --  
refiere el artículo 2o. y por comerciantes a quienes hagan del comercio su ocupación  
habitual o realicen aunque fuere accidentalmente, un acto de comercio y su objeto --  
sea compra-venta o arrendamiento de bienes muebles o la prestación de servicios... "

El alcance del artículo anterior, tuvo su explicación al ponerse a --  
discusión en la Cámara de Diputados en su sesión del 28 de noviembre de 1975; se --  
dijo entonces:



"...La Comisión consideró inconveniente limitar el concepto de acto accidental de comercio, por lo que lo extiende a toda compra-venta o arrendamiento de bienes muebles y a la prestación de servicios manteniendo la excepción propuesta por lo que toca a los de orden profesional o de naturaleza laboral...".

Ahora bien el artículo tercero del Código de Comercio, reputa en de recho comerciantes:

"1.- Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria."

Cabe entonces concluir, que el artículo tercero de la Ley Federal - de Protección al Consumidor da un nuevo concepto de comerciante y que de su texto se desprende que para tal objeto no es necesario ya tener capacidad legal para ejercer el comercio y que basta un acto accidental de comercio, para adquirir la calidad de comerciante.

Por otra parte, como la propia Ley determina su carácter de orden - público y su aplicación "...cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, - costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario..." (Art. - 1o.) cabe estimar que en la parte que se comenta, ha quedado derogado el artículo 3o.- del Código de Comercio.

Debe presumirse también derogado, el artículo 361 del Código de - Comercio que preceptúa:

"Art. 361.- Toda prestación pactada a favor del acreedor, que conste pre

cisamente por escrito, se reputará interés".

La experiencia generalizada, dijo la Comisión redactora de la Ley Federal de Protección al Consumidor, "demuestra que con mucha frecuencia se señalan cargos y se estipulan intereses excesivos con grave perjuicio a los consumidores. Esta práctica permite que quien otorga el crédito obtenga una ganancia indebida en adición a la utilidad legítima del ejercicio del comercio. Por esa causa el artículo 21 de la iniciativa faculta a la Secretaría de Industria y Comercio para fijar los cargos máximos que pueden hacerse al consumidor y también para señalar la tasa máxima de intereses que podrán estipularse en los actos o contratos de crédito..."

De tal suerte que no el 21 como se dijo en el Proyecto, sino el 22 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se determina lo siguiente:

"Art. 22.- La Secretaría de Industria y Comercio estará autorizada para fijar las tasas máximas de interés y los cargos máximos adicionales que puedan hacerse al consumidor en relación a cualquier acto o contrato en que se le conceda crédito..."

¿No será justamente el artículo 22, negatorio "a la utilidad legítima del ejercicio de comercio"?

Lo dicho respecto a la modificación del artículo tercero del Código de Comercio, procede reiterarlo con referencia al artículo 1o. de la Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares, que fija el requisito del "ejercicio habitual de la banca", para su aplicación.

¿Bastará un solo acto de naturaleza bancaria, para considerarlo dentro del ámbito de la Ley de Instituciones de crédito?. Pero es más importante preguntarse, si las distintas empresas que tienen por objeto el ejercicio habitual de la banca y del crédito en la República Mexicana, quedan obligadas al cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor. La respuesta afirmativa, seña con base en lo que dispone el artículo segundo de la citada ley que a la letra dice: "Art. 2o.- Quedan obligados al cumplimiento de esta Ley, los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, así como las empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los órganos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes, o prestación de servicios a consumidores". Dicha Ley estima como proveedores a las instituciones de crédito, toda vez que en su artículo tercero expresa: "...Por proveedores, a las personas físicas o morales a que se refiere el artículo 2o. ..."

Cabe decir también que con respecto a la Ley del Mercado de Valores, existe cierta discrepancia. La oferta pública de valores, junto con la intermediación en el mercado de los mismos, son materia de regulación de la citada Ley. Ahora bien, el artículo 2o. de la misma estima como oferta pública "la que se haga por algún medio de comunicación masiva o persona indeterminada para suscribir, enajenar o adquirir, títulos o documentos de los mencionados en el artículo siguiente".

Por su parte la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su artículo 15, determina que para los efectos de dicha Ley, se entiende por oferta el ofrecimiento al público de productos o servicios, en iguales condiciones a las que prevalecen en el mercado, a precios rebajados o inferiores a estos". Es claro que tal con-

cepto no encaja dentro de la naturaleza del mercado de valores; se trata por lo mismo de conceptos distintos.

Por cuanto a las leyes General de Instituciones de Seguros y Federal de Instituciones de Fianzas, si acepta como válido el argumento de que ambas instituciones, son prestadoras de un servicio, se plantea el problema de saber si quedan sujetas a la observancia de la Ley Federal de Protección al Consumidor, (Art.2o) y si en tal supuesto la Secretaría de Hacienda y Crédito Público debe abandonar su competencia, para que sea la de Industria y Comercio quien conozca al respecto.

Resulta pues, que es necesario precisar todas las anteriores cuestiones y otras muchas que escapan a mi memoria, con el objeto de que el buen propósito que contiene la Ley Federal de Protección al Consumidor, no encuentre escollos de naturaleza jurídica, que dificulten su aplicación y quede la Ley como algunas -- otras, suscritas al marco estricto de la teoría.

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

**PRIMERA .-** Se define como comerciante, al individuo que, con capacidad legal para contratar, ejerce ya por cuenta propia, ya por medio de personas que lo afectan por su cuenta, actos de comercio; entendiéndose por tales aquéllos que regula el Código de Comercio y Leyes Mercantiles complementarias;

**SEGUNDA .-** Son actos mixtos, los que para una de las partes, son actos de comercio, y para la otra, son tan solo parte de su vida común.

**TERCERA .-** Las personas morales constituidas de acuerdo con alguno de los tipos de sociedades mercantiles, se reputan comerciantes, no importando las actividades a que se dediquen, ni la nacionalidad que se les atribuya;

**CUARTA .-** Las distintas definiciones de "industria" y "empresa", se contienen indistintamente;

**QUINTA .-** El turismo como industria "conjunto de empresas de toda clase para -

producir y circular la riqueza", es también una empresa, "sociedad mercantil o industrial que realiza negocio";

SEXTA . - La industria turística es también, en estricto derecho, un acto de comercio;

SEPTIMA . - Estimamos también, que el Congreso de la Unión tiene facultades para legislar en materia de Turismo;

OCTAVA . - La Ley Federal de Protección al Consumidor, es de orden público e - interés social, cuyas normas son irrenunciables y su aplicación procede cualesquiera que sean las establecidas por otras leyes, costumbres, prácticas, usos o estipulaciones contractuales en contrario;

NOVENA . - El Derecho Mercantil, eminentemente de carácter privado, observa - una marcada tendencia a convertirse en derecho público;

DECIMA . - Por cuanto lo anterior, y toda vez que los actos mercantiles se ubican dentro del marco de satisfactores de "necesidades colectivas, bajo el orden jurídico estatal" propio del Administrativo, es válido hablar de un derecho mercantil-administrativo;

UNDECIMA . - La creación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, fue con el propósito de adecuar distintas instituciones jurídicas, al ámbito del Derecho Social mexicano.

DUODECIMA . - No obstante, hacemos nuestro el argumento que no por "conveniencia

económica" debe pasarse por alto nuestra Constitución Política, referido lo anterior a las facultades del Congreso para emitir una ley de tan alta jerarquía jurídica;

DECIMATERCERA.- La Ley Federal de Protección al Consumidor no determina la competencia de la misma, la otorga a la Secretaría de Industria y Comercio, "a falta de competencia específica";

DECIMACUARTA.- Son autoridades encargadas de la aplicación de dicha Ley, aparte de la S.I.C., la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor;

DECIMAQUINTA.- El artículo 3o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor, - considera como comerciantes a quienes "realicen aunque fuere accidentalmente, un acto de comercio", tal circunstancia se opone al contenido del artículo tercero del Código de Comercio, que requiere de la habitualidad del comercio, para otorgar la calidad de comerciante;

DECIMA SEXTA.- El mismo artículo no requiere tampoco, la capacidad legal para ejercer el comercio que exige el 3o. del Código de Comercio;

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

- BARRERA GRAF JORGE "Tratado de Derecho Mercantil"  
Tomo I, Editorial Porrúa, S.A.,  
México 1957
- BRENA TORRES RODOLFO "Diario de los Debates" No. 12  
20 de octubre de 1960
- CARILLO ZALCE IGNACIO "Documentación y Prácticas Comerciales",  
Editorial Banca y Crédito, 2a. Edición, -  
México 1947.
- CERVANTES MANUEL "Las Diversas Clases de Sociedades Mer--  
cantiles y Civiles"  
"Printing Art.", México 1915.
- COSSIO ROBERTO "Apuntes Taquigráficos"  
Facultad de Derecho de la U. N. A. M.  
México 1950
- ENCICLOPEDIA JURIDICA ARGENTINA Tomo III, Editorial Bibliográfica Argenti--  
na, Buenos Aires, 1967.
- FOURATIE JEAN "Ocio y Turismo".  
Biblioteca Salvat de Grandes Temas Salvat  
Editores, S.A. Barcelona, España, 1973.
- GONZALEZ HUEBRA PABLO "Curso de Derecho Mercantil"  
2a. Edición, Imprenta del Heredero de --  
José Gogas, Madrid, 1859.
- MALAGARRIAGA C.C. "Tratado Elemental de Derecho Comer--  
cial", Tomo I, Edición 1951, Editorial -  
Bibliográfica Argentina, Buenos Aires, -  
Argentina.
- MANTILLA MOLINA ROBERTO L. "Derecho Mercantil"  
Séptima Edición, Editorial Porrúa,



- S.A. México, 1964.
- OSSORIO MANUEL** "Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales"  
Editorial Heliasta, S.R.L.  
Buenos Aires, Argentina, 1a. Edición 1974.
- ROCCO ALFREDO** "Principios de Derecho Mercantil"  
Traducción Española, Madrid 1931.
- RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ JOAQUIN** "Derecho Mercantil" Tomo I, 6a. Edición  
Editorial Porrúa, S.A. 1966.
- TENA DE J. FELIPE** "Derecho Mercantil Mexicano"  
2a. Edición Tomo I,  
Librería de Porrúa Hnos. y Cía. México -  
1938.

## LEGISLACION VIGENTE

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.** Editorial Porrúa, S.A.  
México 1975.
- Código de Comercio y Leyes Complementarias.** Editorial Porrúa, XXVI Edición, México -  
1974.
- Ley Federal de Protección al Consumidor.** Editorial Porrúa S.A. México 1976 1a. -  
Edición.
- Legislación Bancaria** Editorial Porrúa, XVI Edición México ---  
1975.
- Seguros y Fianzas** Editorial Porrúa S. A.  
X Edición, México 1975.