

980



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE DERECHO

LA PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EL
COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO

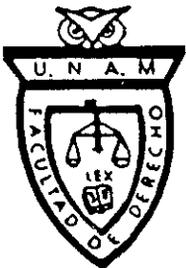
T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A :

HERMENEGILDO GERARDO VELAZQUEZ GONZALEZ



ASESOR: LIC. JOSE ANTONIO ALMAZAN ALANIZ

30/11/01

CIUDAD UNIVERSITARIA

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

a mis padres como muestra de
gratitud por sus esfuerzos
y sacrificios.

a Beatríz y
Mariana,
los amores de
mi vida por su
comprensión y
apoyo.

Í N D I C E

Indice		I
Introducción		V
Capítulo I	Nociones Generales:	1
1.- El Derecho	económico.-	
	I.- Antecedentes	1
	II.- Concepto	4
	III.- Definición	6
	IV.- Objeto	8
	Sujetos del derecho económico	9
	Características del derecho económico	10
2.- El comercio	en la historia.-	11
	I.- La antigüedad remota	11
	II.- El comercio en sus inicios	13
	a).- El antiguo comercio y su reglamentación	17
	b).- El comercio entre los antiguos mexicanos	17
3.- El comercio	entre los romanos.-	18
	I.- La compraventa.	18
	a).- Definición.	19
	b).- De la cosa en venta	20
	c).- Del precio.	21
	II.- Protección al consumidor en el derecho romano	22
	a).- La lesión	22
	b).- La evicción	22
	c).- La stipulatio duplex	23
Capítulo II	De las obligaciones y los contratos:	25
1.- La obligación	.-	25
	I.- Nociones generales	25
	a).- Concepto	26
	Definición	29
	b).- Elementos	29
	c).- Sujeto	30
	d).- Objeto	31
	d).- 1.- Elemento objetivo del objeto de la	

Introducción :

En el presente trabajo se elabora un planteamiento en torno a lo que considero tiene que ser la protección jurídica de los consumidores en nuestro país, en contra de los posibles daños que pudieran sufrir en su salud, bienestar o patrimonio causados por el uso y consumo de bienes y servicios, ya que a últimas fechas el mercado se ha venido saturando de productos defectuosos y de mala calidad; también hemos visto desarrollarse a la par del anterior fenómeno, una fraudulenta publicidad que induce al consumidor a la adquisición de bienes inútiles, inservibles, superfluos y sobre todo demasiado costosos que afectan la economía familiar; por lo que considero que ante éstas situaciones, el Estado debe tomar cartas en el asunto para tratar de remediarlas y evitar que con dichas acciones se siga deteriorando la ya de por sí paupérrima economía familiar.

Se hace especial hincapié en la novedosa modalidad del comercio llamado electrónico, el cual se ha venido incrementando día con día y actualmente constituye un considerable porcentaje del total de las operaciones comerciales, no sólo en nuestro país, sino a nivel mundial; por lo que considero que en ésta clase de operaciones, también se le debe brindar adecuada protección jurídica al consumidor, otorgándole la certeza y confiabilidad necesarias para tratar de evitar en lo posible, daños en su patrimonio al realizar tales operaciones comerciales.

El desarrollo alcanzado por la moderna tecnología nos ha traído innegables beneficios, pero de igual manera en forma implícita nos ha traído un mayor número de riesgos a la salud y al patrimonio, ya que la íntima conexión entre empresarios, publicistas y comerciantes, ha venido creando un nuevo fenómeno respecto a la circulación de los bienes y su mercadeo destinado a los consumidores. La circulación cada vez mayor de productos defectuosos se nos presenta en íntima conexión con la **producción y consumo en masa** de tales bienes y servicios, lo que consecuentemente expone al público a riesgos cada vez mas graves, debidos a errores técnicos, fallas en el proceso productivo y negligencia de los trabajadores.¹

¹ Parra Lucan M^a Ángeles, Daños por productos y protección del consumidor, Edit. José M^a Bosch, Barcelona, 1990, pag. 19.

Capítulo I.

Nociones Generales

1.- El Derecho Económico

I.- Antecedentes:

Pretender hablar del Derecho Económico nos lleva necesariamente a deliberar sobre los tópicos conexos a las ciencias del Derecho y la Economía, que son los pilares que construyen y dan basamento a tan reciente rama del conocimiento. ¿Como surge el derecho económico?; para responder tenemos que considerar que la ciencia económica está considerada entre las mas novedosas disciplinas que hoy son motivo de estudio y por consiguiente, la economía jurídica o el Derecho Económico es el resultante de circunstancias que pudieran ser consideradas cercanas en el tiempo, sus mas remotos antecedentes los encontramos a partir del fenómeno social denominado la *Revolución Industrial* a finales del siglo XVIII, época en que surgen los primeros elementos característicos y distintivos de ésta rama del conocimiento, mismos que se conjugan con el pensamiento filosófico de vanguardia de aquella época, *el liberalismo*, situación que le permite ir arraigando.

Se puede decir que "la propiedad privada (románica-continental), la libertad de contratación y la libertad económica, fueron los pilares del modelo económico liberal que se consolidó en el siglo XIX y que se expandió universalmente con una base en economía autoregulada por las fuerzas del mercado en competencia libre".¹

Se debe recordar que para los liberales el Estado solo funcionaría si reducía sus actividades al mínimo, limitándose a ser tan solo el gendarme de la sociedad, ya que el libre juego de las leyes económicas, consideraban, era suficiente para permitir a los individuos alcanzar sus fines sociales y al Estado alcanzar sus fines políticos. Desde mediados y hasta finales del siglo XIX, el Estado asumía

¹ Lajugic Joseph, Los sistemas económicos, EUDEBA, Buenos Aires, 1963.

las actividades económicas del Estado y de emprendimientos privados en lo tocante a la producción, a la circulación y al consumo de la riqueza tanto en el ámbito interno como en el ámbito internacional.

Resulta conveniente resaltar que en Estados que tienen políticas cambiantes de planificación (como lo es la política de desarrollo sexenal del Estado mexicano); el Derecho Económico se convierte en un instrumento de la realización de los propósitos políticos y sociales que perpetran las metas de los gobernantes, a veces con resultados muy desastrosos para las mayorías, ya que tal planificación se encuentra comprometida con los intereses inmediatos de los grupos en el poder, quienes utilizan la legislación del Derecho Económico para beneficiar o atacar, privilegiar o estigmatizar a sectores específicos de la población. Baste recordar las desastrosas experiencias de la "nacionalización" y "desnacionalización" de la banca mexicana, la creación del "Fobaproa" (Roba-proa), y del "Renave", y querer continuar con ejemplos sería interminable.

Es prudente recordar que las funciones reguladoras del Estado en materia económica, no son arbitrarias como tampoco a capricho de los funcionarios, ya que si bien es cierto que "Los órganos del poder están dotados de facultades para el cumplimiento de los cometidos que le son eventualmente encomendados"¹³; en un gobierno que se precie ser de derecho, todas y cada una de las funciones ejercidas por los funcionarios deberán estar reguladas por ordenamientos jurídicos específicos y concretos, ya que "Las actividades del Estado se realizan en virtud de las atribuciones que las legislaciones les otorgan, algunas son facultativas y otras son ordenatorias; el otorgamiento de tales atribuciones obedece a la necesidad de crear los instrumentos jurídicos adecuados para alcanzar los fines gubernamentales. Lo anterior es lo que doctrinalmente se ha conocido como *atribuciones del Estado*."¹⁴ Aunque tristemente para nuestro país, tales atribuciones del estado se han

¹³ Guerrero Omar, Teoría de la Administración Pública, Edit. Harla, México, 1986, pág. 42 del Estudio Preliminar.

¹⁴ Carré de Malberg, Théorie Générale de l'Etat, T. I, pág. 160; Bonard, Précis élémentaire de Dr. Adm., pág. 18; Gabino Fraga, Der. Admtvo., pág. 13.

pensar, que junto con éstos excedentes surgiera la necesidad de intercambiar los mismos con el propósito de enriquecer sus dietas y satisfacer necesidades de abrigo y vestimenta, adquiriendo de otras tribus aquellos productos que ellos no producían.

Al desarrollarse la productividad surgen más y más excedentes; el hombre al tener la posibilidad de apropiarse para sí de tales excedentes, va generando en su beneficio la acumulación de productos, lo que le permite dedicarse al perfeccionamiento de sus herramientas y técnicas de la productividad; toda vez que al tener satisfechas sus necesidades inmediatas de comida y vestido puede dedicar tiempo a la experimentación y a una mayor acumulación del conocimiento. A su vez, el perfeccionamiento de las herramientas como de las técnicas de producción, le permiten dedicarse cada vez más al desarrollo del trabajo individual. Recordemos que el trabajo comunal requería de una propiedad comunal, no así el trabajo individual, ya que éste último requiere de la **propiedad privada**. No hay que olvidar que en los inicios de la sociedad comunal, para labrar y cultivar una parcela, se requería la intervención de varios miembros de dicha comunidad, pero con el invento del arado y la domesticación de animales para la labranza, se hizo posible que una sola familia pudiera labrar y cultivar porciones aún más grandes de tierra. Y así, como consecuencia del trabajo individual y de la propiedad privada surgen inevitablemente excedentes mayores de la producción, los cuales a su vez, tienen que ser cambiados por otros bienes diferentes, es decir, tienen que ser comercializados.

Este nuevo proceso de producción y comercialización constituyó a su vez, la primera división de la sociedad en sus clases sociales, dando igualmente origen a la división de lo que hoy conocemos como **proveedores y consumidores** de bienes y servicios.

II.- El comercio en sus inicios:

En los inicios de la actividad comercial nos encontramos que "Para cambiar una mercancía por otra, existe el llamado **valor de cambio**, que es, ante todo, la relación o la proporción en que se cambia un determinado número de valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase:

se ha comentado que toda la actividad comercial gira en torno a la realización de una institución jurídica que se denomina la **compraventa**, y es necesario reconocer que fueron precisamente los romanos quienes se encargaron de elevar tal institución a sus niveles de casi perfección, por lo que resulta obligado conocer la forma en que dicho pueblo manejaba el concepto de la operación de compraventa.

a).- **Definición:** "En el derecho romano, la compraventa era un contrato simplemente consensual, sinalagmático perfecto, oneroso y de buena fe, por medio del cual una persona se obliga para con otra a entregarle la libre posesión y el disfrute completo y pacífico de una cosa determinada, mediante el pago de un precio en dinero".³⁷

De acuerdo a la definición que nos dan los tratadistas Carlos J. Medellín y Carlos Medellín F., acerca de la compraventa en el derecho romano, podemos inferir que uno de los elementos mas importantes en la misma es la presencia del concepto del **dinero**. Y como se ha visto en los apartados que anteceden, los pueblos primitivos desconocían el concepto económico del valor del dinero, puesto que sus operaciones de intercambio de mercancías las realizaban a través del trueque. Por lo que, dado el esplendor que alcanzó el comercio en el Imperio, resulta innegable el conocimiento que los romanos tuvieron de éste importantísimo elemento regulador dentro de la actividad económica, cuyo dinamismo requería de ésa mercancía constituida en unidad básica de cambio y con aceptación generalizada, el dinero, que fue consecuentemente el adquirente de todas las demás mercancías.

"En los primeros tiempos ésa operación se efectuaba de contado entregando el vendedor al comprador la cosa vendida y pagando éste último el precio de ella. Era una especie de contrato real, por cuanto no se consideraba existente si no se hacía entrega al comprador de la cosa objeto de la venta. De ahí que se denominara la compraventa en ésta primera etapa **venum datio** (dación en venta). Mas tarde se estableció que la compraventa se efectuara por medio del contrato solemne de la **stipulatio**, en una forma doble, es

³⁷ Medellín Carlos J. y Medellín Carlos F., Lecciones de Derecho Romano, Bogotá, 1997, pág. 216

Capítulo II

De las Obligaciones y los Contratos

1.- La obligación

I.- Nociones generales:

Aún cuando el presente trabajo tiene especial interés en torno a las nociones y concepto del contrato de la compraventa, por ser éste la fuente generadora de la inmensa mayoría de todas las operaciones comerciales que se realizan en el mundo, no podemos pasar por alto la importancia que tiene para el mismo, el escudriñar aunque sea someramente, el concepto e ideas que se han elaborado respecto de las obligaciones, ya que debemos considerar el hecho de que cualquier contrato es tan solo la especie de ése género llamado *obligación*, y para poder entender cabalmente a la compraventa, es necesario una revisión de tales ideas.

En un sentido amplio y generalizado se le considera como sinónimo del deber jurídico y "Se le define como el estado de necesidad jurídica en que se encuentra una persona o un conjunto de personas, de hacer o de no hacer algo".⁴⁴

Resulta importante resaltar que al hablar de obligaciones se implica necesariamente "una relación jurídica entre personas"; la más común acepción que se tiene de la palabra obligación es la de una "relación jurídica que se establece entre el acreedor de la obligación y el deudor de la misma".⁴⁵

a).- **Concepto:** Se han generado infinidad de definiciones acerca de lo que se debe entender por obligación, coincidiendo todas ellas en su punto de partida,

⁴⁴ Pallares Eduardo, Diccionario de Derecho Procesal Civil 9ª edic., Edit. Porrúa, México, 1976, pág. 580.

⁴⁵ Ibidem, pág. 581.

haya siempre un sujeto activo y uno pasivo que se encuentren vinculados en su relación obligacional.

Existe también en la doctrina y en nuestro código el caso de las obligaciones que nacen de los hechos ilícitos, que es cuando alguna persona o personas realizan algún hecho considerado ilícito. Aquí surge desde luego un crédito en favor de la víctima que la faculta para exigir la reparación del daño que se la causa con tal ilicitud, y aún, cuando al momento de cometerse el ilícito no se sepa quién o quiénes lo cometieron, y surja la necesidad de realizar una investigación al efecto de determinar con certeza al o los responsables que lo hayan cometido. Bueno, pues aún en éste caso podemos decir que los sujetos de la obligación pueden ser determinados o determinables, pero no se debe perder de vista el hecho de que al momento de exigirse el cumplimiento de la obligación o deber jurídico, ambas partes de la relación estarán plenamente determinadas, toda vez que el ejercicio de un derecho y el cumplimiento del mismo, suponen a un pretensor y a un obligado.

d).- Objeto: A éste segundo elemento de la obligación, bien podemos caracterizarlo como el componente objetivo de la misma, que de acuerdo a lo manifestado en las páginas anteriores tiene un doble sentido, bien sea positivo o negativo, es decir, se puede presentar: 1.- como una prestación de dar o hacer, y 2.- como una abstención. De la misma forma que lo hicimos con la obligación, podemos dividir al objeto de la misma en dos elementos; uno objetivo y uno subjetivo.

d).- 1.- El "elemento objetivo" del objeto de la obligación

Podemos señalar como tal a la cosa sobre las que recae la conducta que se realiza con motivo de la obligación. Aquí se puede señalar un mueble o una casa cuando se pacta sobre su construcción o reparación; en éste ejemplo es fácil observar como la conducta que es materia de la obligación se realiza sobre tales objetos; pero también podemos decir que es la cosa misma motivo de la obligación, la casa, el mueble etc., si se trata de una compraventa, permuta u otra clase de relación obligacional.

No es posible imaginar al Estado sin una política legislativa que se guarde para sí aspectos importantes, que para el caso de permitir su delegación entre los particulares pondrían en peligro la existencia misma del Estado. "Aún cuando a priori pudiéramos considerar que el contrato como norma puede regir todos los aspectos de la conducta de los contratantes, hay sin embargo, cuestiones de interés general que por razones de política legislativa deben sacarse de ése ámbito material".⁶⁷

b).- 2.- Ámbito temporal del contrato

"Los contratos como las normas jurídicas en general tienen un ámbito de validez en cuanto al tiempo"⁶⁸; la duración o vigencia del mismo en razón de su naturaleza, está limitada por el tiempo, es decir, tiene que existir un momento en el cual nace o inicia su vigencia, un periodo durante el cual existe y el momento en el cual, una vez agotada la razón de ser de dicho contrato se extingue o agota. "Todo contrato, por serlo, lleva necesariamente una limitación temporal, si no se violaría la libertad jurídica; si las partes pudieran ligarse por un contrato perpetuamente estarían renunciando a su libertad".⁶⁹

La compraventa es considerada un contrato instantáneo al igual que la permuta, aunque para el caso de incumplimiento o de vicios ocultos de la cosa, la norma contractual se retrotrae para ser aplicada, no por esto pierde su instantaneidad, ya que son cuestiones aleatorias las que tendrán que ventilarse respecto de dicha compraventa, por lo tanto, si la compraventa es perfecta y satisface a ambas partes, las mismas, solo estarán ligadas durante el momento de la celebración de tal contrato.

b).- 3.- Ámbito espacial del contrato

"El ámbito espacial del contrato comprende todos los problemas relacionados con la validez de la norma

⁶⁷ Rojina Villegas, ob. cit., pág. 144.

⁶⁸ Ibidem, pág. 145.

⁶⁹ Ibidem, pág. 147.

c).- 5 .- Dolo, tercer vicio de la voluntad

En el artículo 1815 del Código Civil, encontramos la definición legal de lo que se debe entender por dolo, y dice: "Se entiende por dolo en los contratos, cualquier sugestión o artificio que se emplee para inducir a error o mantener en él a alguno de los contratantes; y por mala fe, la disimulación del error de uno de los contratantes, una vez conocido.

El mismo código dispone mas adelante en su artículo 1816 que "El dolo o mala fe de una de las partes y el dolo que proviene de un tercero, sabiéndolo aquella, anulan el contrato si ha sido la causa determinante de éste acto jurídico"

Gutiérrez y González nos dice que dolo "Son las maquinaciones que se emplean para hacer caer en el error a una persona y obtener su voluntad a efecto de que celebre un contrato que de otra manera no lo habría celebrado"⁷⁵, señalando a éste tipo de dolo como *dolo principal*, el cual difiere de lo que él mismo señala como *dolo incidental*, ya que éste último según sus palabras, "Son las maquinaciones que se emplean para inducir a error a una persona que ya estaba determinada a contratar, pero en vista de tales maquinaciones otorga su voluntad en situación desventajosa de la que hubiere aceptado sin mediar el error por dolo".⁷⁶

Aunque la generalidad de los autores concuerdan en que el dolo incidental debe dejar subsistente al contrato, mantienen a su vez la postura de que se debe otorgar a la víctima una acción para ajustar el precio, en razón del daño causado por el engaño. La respuesta a ésta situación tal vez la encontremos en el artículo 1910 del Código Civil, que menciona que para el caso de un hecho ilícito la víctima tiene derecho a pedir la reparación del daño causado. Tal numeral dice que "El que obrando ilícitamente o contra las buenas costumbres cause daño a otro, esta obligado a repararlo...". Aquí se pudiera pensar que la devolución del sobreprecio es una buena solución, aunque se debe tomar en cuenta que si la persona afectada acude a los tribunales ordinarios para obtener tal protección en lo que se puede

" Gutiérrez y González, ob. cit pág. 300.

" Ibidem, pág. 301.

Ahora bien, de acuerdo a lo anteriormente manifestado y tomando en su conjunto el concepto del contrato, podemos decir que el primer propósito del contrato es el de crear y transmitir obligaciones y derechos, según lo dispone el artículo 1793. Pero también existe un segundo propósito, el cual es derivado del primero y que se puede realizar de tres maneras diferentes, según el artículo 1824, las cuales son: 1).- dar; 2).- hacer; y 3).- no hacer.

1).- dar: consiste en la acción de entregar la cosa material motivo del contrato. Tal vez la compraventa sea el ejemplo más clásico para entender el concepto aquí mencionado; una parte (la vendedora) entrega la cosa material del contrato (un mueble, un carro etc.), la otra parte (la compradora) hace entrega del dinero motivo del precio. Una parte da la cosa, la otra da el dinero.

2).- hacer: consiste en la acción referente a la conducta que el obligado debe realizar. Como ejemplo se puede citar al maestro de idiomas que se obliga a enseñar un idioma a su alumno; o el abogado que se obliga a patrocinarse a su cliente en un juicio. Aquí el "objeto del contrato" viene a ser la conducta materializada en "enseñarle al alumno" y "patrocinarse al cliente".

3).- no hacer: consiste en la ausencia de la acción, es decir, abstenerse de realizar cualquier acción relacionada con la conducta que el obligado pacta "no" realizar.

Con relación a lo anterior tenemos la opinión de Castan Tobeñas que nos dice: "Objeto inmediato del contrato es, en realidad, la obligación que por el se constituye; pero como ésta a su vez, tiene por contenido una prestación de dar, hacer o no hacer, se llama ordinariamente objeto del contrato a las cosas o servicios que son materia, respectivamente, de las obligaciones de dar o de hacer".⁸³

⁸³ Castan Tobeñas, Derecho Civil Común y Foral, T. III, págs. 341; Rojina Villegas, ob cit., pág. 63.

capaces con la oportunidad de realizar los mismos eventos como cualquier persona capaz. Por otro lado, les permite a los plenamente capaces realizar simultáneamente actos múltiples, sin que se tenga que estar físicamente presente, aunque sí jurídicamente. En la época actual, no es posible imaginar el desarrollo y expansión de las actividades comerciales sin la ayuda de la representación jurídica.

Por medio de la representación una persona puede realizar contratos simultáneamente en diferentes ciudades del país o del mundo, el mismo día y a la misma hora, sin tener que abandonar su domicilio físico.

Definición

En mi opinión es el medio que la ley pone a disposición de una persona ya sea legalmente capaz o incapaz, para que utilizando la voluntad de otra persona jurídicamente capaz, realice actos y obtenga los mismos efectos legales, cual si los hubiere realizado valederamente cualquier persona capaz.

Pensemos ahora en el concepto de las personas morales y sumemos dicho concepto al de la representación, y si aunamos entonces el concepto de la incorporación agregada a los títulos de crédito, certificados de cambio, cheques, pagarés, letras de cambio y todos los demás títulos de crédito que circulan diariamente alrededor del mundo, solo entonces podremos vislumbrar una vaga idea de lo que la actividad comercial significa, tanto para las economías particulares como las nacionales. Ésta situación evidencia claramente las enormes ventajas que los comerciantes, los industriales y los proveedores han tomado en el campo de batalla, respecto de los consumidores, quienes siempre han sido abandonados a su suerte por las legislaciones de todos los tiempos. Afortunadamente ésta situación ha comenzado a cambiar, ya que en los últimos tiempos han surgido organizaciones de consumidores, las cuales influyeron para la creación de legislaciones en diversos países que tutelaran los intereses de los consumidores, dando como resultado que en nuestro país, el 5 de Febrero del año de 1976 entrara en vigor la primera Ley Federal de Protección al Consumidor.

Código, se regirán por las reglas generales de los contratos; ...por las disposiciones del contrato con el que tengan más analogía de los reglamentados en éste ordenamiento."

Se debe recordar que la aparición de tales "cuasi contratos" fueron el resultado de cambios políticos, sociales y económicos profundos. El pensamiento liberal reinaba en todos los ámbitos del quehacer humano, y consecuentemente dicha filosofía propugnaba por el mayor beneficio posible para la empresa privada. En tales condiciones emergieron a la vida jurídica "Pretendidos contratos, que no tienen de contrato sino el nombre y cuya construcción jurídica esta por hacer...a éste tipo de actos se le puede designar como...contratos de adhesión, y en los cuales hay el predominio exclusivo de una sola voluntad...que dicta su ley, no ya a un individuo, sino a una colectividad indeterminada..."⁹¹.

De acuerdo a las palabras de Saleilles es fácil deducir que los llamados contratos de adhesión, de contrato solo tienen el nombre. En primera porque rompen con el tradicional *acuerdo de dos o mas voluntades*, ya que quien acepta contratar bajo las condiciones del contrato de adhesión en realidad nada tiene que proponer, carece de la mas mínima posibilidad de discutir acerca de las condiciones en que pueda recibir las contraprestaciones, y menos aún, podrá discutir acerca del precio a pagar.

Ésta figura jurídica surge a causa del desarrollo industrial de aquella época y como consecuencia directa de la expansión industrializadora misma, estaba encaminada a resolver los problemas que implicaban la masificación en la producción y distribución de los servicios, y solo se da en materias y cuestiones que involucraban a un crecido número de consumidores frente a una empresa lo suficientemente poderosa para imponer su voluntad unilateralmente a su clientela.

Podemos afirmar sin temor a equivocarnos que el surgimiento de los contratos de adhesión personifica la descarnada realidad del capitalismo liberalista que antepone los intereses particulares de la empresa privada al bienestar general de la población. Como ejemplos de tales "contratos de adhesión" podemos señalar los siguientes:

⁹¹ Saleilles, De la Déclaration de volonté, Paris, 1929, págs. 129 y ss.

Pallares define al acto comercial de la siguiente manera: "Acto comercial es todo acto civil por el que se adquiere a título oneroso bienes o valores con el objeto o la intención exclusiva de transmitir su dominio o uso para lucrar en esa transmisión, así como el acto en que se realiza ese lucro propuesto".¹⁰¹

a).- **El principio de la buena fe:** "Este principio es de gran valor jurídico y moral. Los contratos no solamente obligan a lo expresamente pactado, sino a todas las consecuencias que se derivan de la buena fe, del uso, de la equidad y de la ley. Según el principio de la buena fe, la ley regula de dos maneras distintas los contratos bilaterales y los unilaterales. En los contratos bilaterales el principio de la buena fe se manifiesta como reciprocidad y un demostración evidente la tenemos en que las prestaciones tienen que ser equivalentes; si se rompe la equivalencia, se considera que hay lesión. Ahora bien, la equivalencia no significa, como es evidente, igualdad; toda equivalencia supone que hay un margen de tolerancia que permite desigualdad en los valores de la contratación; si ésta desigualdad no existiera, carecería de objeto. Además como el cambio no se opera sobre objetos iguales, sino que se lleva a cabo entre cosas y dinero, cosas y servicios y cosas de distinta calidad, cabe una desigualdad, pero sin romper el principio de equivalencia y de reciprocidad".¹⁰²

Ojalá éste principio pudiera aplicarse cabalmente a todos los contratos, especialmente al de la compraventa, ya que con el auge de la moderna tecnología, lo único que hemos visto incrementar en forma mas que considerable han sido los abusos de los comerciantes que en algunos casos llegan al extremos de ser auténticos fraudes en perjuicio de la economía de los consumidores.

b).- **Supletoriedad legal de la voluntad en los contratos:** No obstante el buen cuidado que se tenga al momento de realizar un contrato y a pesar de la extrema

¹⁰¹ Pallares Jacinto, Derecho Mercantil, México, págs. 801 y ss.; Cervantes Ahumada, ob. cit., pág. 502.

¹⁰² Rojina Villegas, ob. cit., pág. 192.

Capítulo III

Del Comercio y la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico

1.- El comercio

I.- Antecedentes y generalidades

a).- La actividad del comercio: "El comercio es una actividad esencial y exclusivamente humana. El hombre comparte con otros seres de la escala animal la mayoría de sus quehaceres. Podemos observar que otros animales aman, construyen, usan artefactos, realizan ciertas actividades artísticas, esclavizan a otros seres, hacen la guerra y llegan a estructurar organizaciones políticas que el hombre no ha alcanzado en su perfección, como las comunidades de las hormigas y de las abejas. Pero no existe un animal que comercie".¹⁰⁴

En capítulos anteriores vimos como el intercambio de las mercancías o trueque es el antecedente remoto de la moderna actividad comercial. "En la sociedad primitiva el cambio era directo y se agotaba en el trueque. El hombre que producía flechas las cambiaba por pieles, por semillas o por objetos de barro que él necesitaba para su propio consumo. Era el trueque directo. Pero cuando el hombre adquirió bienes, *no para consumirlos sino para cambiarlos por otros*, realizó el comercio en sentido moderno".¹⁰⁵

La palabra comercio deriva del latín *commercium*, que está compuesta de las voces *cum* y *merx* (con-mercancía). Aquí, en la expresión misma podemos apreciar que se encuentran presentes las ideas de cambio y tráfico de mercancías.

El diccionario nos define la palabra comercio de la siguiente manera: *comercio*.- negociación que se hace comprando y vendiendo.- *al mayoreo*.- Compra de mercancías a un

¹ Pietro Bonfante. Storia del Commercio. Roma, 1938, tomo I.
Raúl Cervantes Ahumada, Derecho Mercantil Ier. Curso, pág. 2

integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros".

Es fácil apreciar las diferencias que existen entre la anterior y la nueva Ley de Protección al Consumidor, en tal virtud considero necesario hacer un breve comentario al respecto de tales diferencias, ya que en la primera ley se hace una clara y marcada diferencia en lo referente a la prestación de servicios profesionales como también a las relaciones obrero-patronales, puesto que en la segunda parte del artículo 3° de la ley anterior se decía: "Quedan exceptuados de las disposiciones de ésta Ley, la prestación de servicios profesionales, y los que se presten en virtud de un contrato o relación de trabajo".

Primero.- La ley de Protección al Consumidor anterior, hacía la diferenciación entre **proveedores** y **comerciantes**, situación que considero era innecesaria, ya que el "comerciante" es tan solo una especie del genero de lo que dicha ley denomina "proveedor". De acuerdo a los modernos procesos productivos y de comercialización podemos considerar al comerciante como el último eslabón en la cadena productiva-comercializadora, ya que éste es el encargado de darle salida al producto terminado. El comerciante tiene como función principal en ésta cadena, la de enlazar al consumidor como destinatario final del producto elaborado en la cadena del proceso industrial-comercial de producción y venta. Actualmente es posible ver en el mercado, comercios que venden en exclusiva alguna marca, tal es el caso de los concesionarios de productos electrodomésticos, de ventas de automóviles, ropa, etc., con esto es aún mas fácil apreciar la íntima relación que existe entre el productor y vendedor, ya que en realidad los dos son parte de una misma cosa.

En éste sentido el artículo 93 de la actual Ley Federal de Protección al Consumidor nos dice: "La reclamación a que se refiere el artículo anterior podrá presentarse indistintamente al vendedor o al fabricante, a elección del consumidor". Ésta circunstancia de permitirle al consumidor reclamar indistintamente al vendedor o al fabricante implica el reconocimiento de lo que aquí expresamos y significa un avance en el reconocimiento de los derechos del consumidor.

Por cuanto a la clara exclusión que hace de las relaciones obrero-patronales y de prestación de servicios

Art.- 56.- El contrato se perfeccionará a los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda.

Respecto del artículo mencionado, mi opinión es que dicho término debería ser de diez días en lugar de los cinco que actualmente concede al consumidor, con el propósito de darle una verdadera oportunidad de recapacitar.

La doctrina también se ha manifestado en contra de las prácticas engañosas de la publicidad, así tenemos que J.C. Fourgoux, J. Mihailov y M.V. Jeannin, han manifestado al respecto, que si desde el punto de vista del control jurisdiccional sobre la publicidad engañosa, se carece de medidas concretas y no obstante que se carezca de una legislación precisa, son posibles y plenamente aplicables los *remedios preventivos* de tipo inhibitorio para otorgar una adecuada defensa al consumidor, ya que es posible exigir la procuración de mecanismos que neutralicen y detengan las prácticas comerciales irregulares, atacando el mal en su raíz.¹¹⁷

"La salud y seguridad de los individuos también suele quedar expuesta a serios perjuicios cuando, aún no conteniendo vicios los productos adquiridos, su manejo se torna peligroso, en cuanto acontece la violación de normas de prudencia impuestas al empresario para la promoción de su producción. Así resulta que la actividad publicitaria, ciertamente necesaria en la economía del mercado, aparece a la vez corrientemente como nociva para el público".¹¹⁸

"Los engaños o deficiencias en la publicidad comprometen el goce de derechos fundamentales de la persona, explícita e implícitamente reconocidos por la Constitución nacional (arts. 14 y ss y 31 {Constitución argentina}), de modo que cuando éstos quedaren sujetos a una amenaza o

¹¹⁷ J. C. Fourgoux, J. Mihailov y M.V. Jeannin, *Droit de la consommation*, Edit. Delams, París, 1979, p. Q-2 Annamaria Galoppini, *Tutela del consumatore e diritto alla salute*, en *Tutela della salute e diritto privato*, De. Giuffrè, Milano, 1978, p. 506; Stiglitz Gabriel, *ob. cit.* pág. 79.

¹¹⁸ Francois Divier Pierre, *50 cas de publicité mensongerè*, Edit. Libraires Techniques, París, 1978, pág. 1.

fraudulencia de la publicidad engañosa, con pena de prisión de seis meses a un año a quien la cometa.

También considero se debería hacer una prohibición expresa de la promoción de ventas, cualquiera que fuese la naturaleza del producto, en base al ofrecimiento y/o entrega de **premios**, o de aquellas ventas sujetas al azar, o a la realización de rifas, concursos, sorteos etc., en razón de lo pernicioso que resultan para la economía del consumidor, ya que aquí se debe considerar la **racionalidad** con que éste realiza sus compras. De tal forma que resulta necesaria la modificación del artículo 46 fracción IV, de la ley. Sobre todo se debe considerar la "actual moda" surgida en los programas de televisión que realizan rifas mediante llamadas por cobrar, que son un verdadero atraco a las ya de por sí paupérrimas economías de la inmensa mayoría de los consumidores.

Asimismo, cuando se trate de publicidad relativa a productos sometidos a la reglamentación sanitaria, o de productos susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas, productos de tabaco, bebidas alcohólicas, medicamentos sicotrópicos, o de juegos de azar, en tales casos, la publicidad de dichos productos deberá aprobarse previamente por alguna comisión que a tal efecto se establezca. Lo anterior de conformidad a las atribuciones que de acuerdo a la ley le corresponden a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor. De ésta manera la publicidad relativa a éstos productos considerados peligrosos sería sometida a las normas que proponemos, evitando consecuentemente los daños que se producirían en el caso contrario.

d).- 2.- Publicidad en la Internet

Actualmente el uso de "Internet" (red internacional de computadoras enlazadas entre sí), para los propósitos comerciales ha alcanzado niveles mundiales extraordinarios, sus logros han sobrepasado con mucho las expectativas que se tenían al respecto, por consiguiente, los comerciantes han visto en éste nuevo medio electrónico, el vehículo ideal para hacer llegar sus mensajes publicitarios al público en general. Se debe reconocer que por los alcances internacionales que tiene éste medio, se ha creado cierta

para procesarlo. Posteriormente, a ésta gran computadora se le conectó mediante cableado a diferentes terminales, logrando que en diferentes locaciones de la compañía los empleados tuvieran acceso a la computadora a través de teclados y monitores, evitando con esto que los empleados tuvieran que desplazarse hasta el lugar de la computadora cada vez que tenían necesidad de procesar datos. Éste sistema fue denominado con el nombre de *Red o Redes de trabajo* (Net Work).

Posteriormente, y con la aparición de las PCs, éstas mismas redes de trabajo conectaban, ya no, a una sola computadora con varios teclados y monitores, sino a varias pequeñas computadoras, cada una con sus archivos de datos independientes; la gran ventaja de éste sistema era, que permitía que el usuario de una computadora accediera a los archivos de cualquiera de las otras en la red, y manejara los mismos como si estuvieran guardados en su propia computadora. A éste sistema se le denominó *Red de Computadoras*, aunque comúnmente se les sigue mencionando como "redes de trabajo".

En términos de computación se denomina "*Red de Computadoras*" a una colección de computadoras *autónomas* conectadas entre sí, es decir que son capaces de intercambiar información; el usuario de una máquina puede trabajar con los expedientes de la otra, ordenarle que realice operaciones como si fuera la propia, y viceversa; pero a la vez siguen trabajando independientemente como si no estuvieran conectadas. Las primeras conexiones en las redes de trabajo se realizaron con cable de cobre, actualmente se usa la fibra óptica, las microondas y los satélites de comunicación.¹²⁶

Las redes de computadoras o redes de trabajo (net works), con el tiempo fueron adquiriendo relevancia, ya que en un principio permitió a las compañías que tenían diferentes sucursales u oficinas distribuidas en diversas áreas de la ciudad, o en diferentes ciudades, realizar trabajos conjuntamente, como si estuvieran en la misma localidad, lo que permitió a los empresarios liberarse de la tiranía de la geografía. De ésta manera dos empleados de la misma compañía ubicados en diferentes ciudades, podían rendir un informe conjuntamente, ya que estando en *línea* podían hacer las correcciones mutuas que considerasen fuesen

¹²⁶ Tanenbaum Andrew S., ob. cit., pág. 2.

incrustarse en el marco del comercio mundial, creando las instituciones que hagan compatibles el propósito de ajustar nuestra economía en el contexto internacional globalizado, y al mismo tiempo crear los mecanismos de defensa de los intereses del consumidor nacional, ya que una de las características de la modernidad, es sin duda alguna el "comercio electrónico".

Esta nueva modalidad de comerciar a la distancia por medio de la computadora, ofrece ciertamente la posibilidad de incrementar el número de ventas hacia el extranjero, pero de igual forma nuestros consumidores nacionales podrán adquirir mercancías de otros países.

Los aspectos de la modernidad en el comercio electrónico requieren de un soporte informático, el cual resulta indispensable para brindar un marco de certeza y confiabilidad entre los contratantes. Como es sabido, el comercio ha basado sus operaciones tradicionalmente en documentos tangibles, es decir registros escritos (contratos, cheques, pagarés, etc.), pero en el nuevo esquema operacional éstos factores parecen haber sido relegados, ya que las operaciones modernas se realizan sin papel ni pluma, únicamente mediante el clic que se opera en la computadora.

Esta situación había venido creando algunas barreras en la realización de éste moderno comercio, ya que algunas legislaciones exigían para la validez de las operaciones, que la firma de los contratantes constara por escrito sobre papel. Ahora bien, no se puede prescindir en la actividad comercial, como en ninguna otra, de los factores de seguridad y certeza, ya que los actores de cualquier transacción deben estar vinculados entre sí mediante una forma reconocible, tanto para las partes como para los terceros, que haga posible la seguridad de las operaciones y el sometimiento de las partes al cumplimiento de las obligaciones adquiridas, toda vez que la modernidad en la forma de obligarse, no releva ni modifica al concepto de la obligación contenida en sí misma.

Los usos comerciales y sus nuevos diseños de operación rebasaron una vez mas nuestra legislación. Ante ésta situación se hacía necesario la adecuación de nuestras instituciones jurídicas para dar cabida a un nuevo concepto

motivos que: "Actualmente es, cada vez más clara la perspectiva de la 'nueva' revolución tecnológica que enfrentamos. Importantes avances en la electrónica han transformado la forma en que las sociedades trabajan, aprenden y se comunican entre sí... podemos afirmar que el comercio electrónico es un elemento que permitirá al sector productivo de nuestro país aprovechar la revolución informática actual pues representa una poderosa estrategia para impulsar la competitividad y eficiencia de las empresas mexicanas... En 1997 había en nuestro país cerca de 3.5 millones de computadoras y se espera que en 1999 la cifra supere los 4.2 millones, mientras que los usuarios de Internet se estima que estarán por arriba de los 2.2 millones en éste año (2000), es decir, un crecimiento de 65 por ciento, una de las tasas de crecimiento más alto a nivel internacional."¹⁴⁰

Una de las razones para tales propuestas era la incertidumbre legal que existía en torno a la novedosa modalidad de contratar electrónicamente, ya que la legislación de aquel tiempo no reconocía el uso de tales medios, y en caso de litigio los jueces tenían que allegarse pruebas indirectas para determinar la validez del contrato. Algunas compañías inversionistas manifestaron su desconfianza al respecto, en razón de la incertidumbre legal que prevalecía.

Ya en el ámbito financiero se habían logrado ciertos avances, puesto que las empresas y los usuarios habían manifestado su voluntad para contraer y reconocer tales obligaciones, adquiridas mediante la utilización de los medios electrónicos.

"En pleno desarrollo de la sociedad de la información, con aplicación de las nuevas tecnologías para el desarrollo de verdaderas transacciones comerciales, la firma electrónica, junto con los certificados y las entidades de certificación se ofrecen desde el punto de vista técnico, como elementos para conseguir un comercio electrónico seguro a gran escala, en cuanto permiten solucionar los problemas de autenticidad, integridad, no rechazo de origen, e, incluso,

¹⁴⁰ Dip. Rafael Ocegüera Ramos en su comparecencia ante el Congreso de la Unión, publicado en la Gaceta Parlamentaria del 22 de Marzo del 2000, pág. 8.

que se desarrolla el comercio electrónico, y que se acentúan especialmente cuando éste se desarrolla en redes abiertas como Internet, denominadas abiertas porque el tráfico electrónico que fluye a través de ellas es susceptible de ser interceptado.”¹⁴³

c).- 1.- Seguridad en la publicidad

A manera de anécdota diré que en las cortes de Miami se llevo a cabo una disputa en materia comercial, en contra de una compañía de *tele marketing* (ventas a distancia). La parte quejosa argumentaba que había sufrido un fraude, puesto que había comprado un “equipo de sonido estereofónico”, que no correspondía a sus expectativas, porque en la propaganda publicitaria que había recibido se describía el producto, como la mayor novedad en la tecnología y se hacía la presentación de tal producto mediante fotografías “trucadas”, ya que se colocaba el producto junto a una persona, pero por la perspectiva de la toma, se hacía aparecer dicho producto varias veces mas grande su tamaño real. El quejoso manifestaba que el había ordenado la compra de un aparato grande, y aunque el precio si le parecía bajo, nunca esperó recibir un “radiquito de juguete”, a cambio de lo que pagaba.

En éste caso afortunadamente, la Corte le dio la razón al quejoso, argumentando que la publicidad había sido engañosa y elaborada con el propósito intencional de distorsionar la realidad para confundir al consumidor.

El caso citado fue real, aunque desafortunadamente no pueda proporcionar los datos de identificación del mismo, pero he querido mencionarlo para ilustrar como la publicidad es capaz de realizar cualquier truco, con tal de inducir la voluntad del consumidor.

Insistiendo nuevamente acerca de la creación de un capítulo expresamente dedicado a la publicidad dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor, he considerado la conveniencia de que en uno de sus artículos se imponga la obligación al anunciante, específicamente el que se anuncia en la Internet, de siempre mencionar las “*medidas reales*” del

¹⁴³ Martínez Nadal Apolonia, ob. cit., pág. 28.

mercantiles; en tales reglamentos se exige a las negociaciones el cumplimiento de normas sanitarias, de construcción, de bomberos, etc., y se lleva un registro de tales comercios; de tal suerte podemos saber el nombre del propietario, fecha de iniciación de las operaciones, actividades específicas, en fin, todo aquello que nos permite ubicar tanto a la negociación mercantil, como a quienes son responsables de la misma, y saber con certeza si tales negociaciones están equipadas, acondicionadas y preparadas para un óptimo servicio y funcionamiento al consumidor. Y no obstante todo lo anterior, en múltiples ocasiones han surgido negociaciones que después de esquilmar a un buen número de consumidores, desaparecen sin dejar aparente huella de su existencia.

Nadie cuestiona la existencia de los ordenamientos administrativos, puesto que todos los consideran necesarios, y en tal orden de ideas, se puede afirmar que la existencia de un Registro Nacional de Portales Electrónicos, es igualmente imprescindible para ayudar a las autoridades a verificar el funcionamiento de las actividades comerciales realizadas por los servidores electrónicos, lo cual permitiría constatar si tales portales electrónicos cuentan con las medidas mínimas de seguridad que la LFPC les requiere como proveedores de bienes y servicios, con el propósito de que puedan brindarle adecuada protección al consumidor en las operaciones mercantiles que realice.

De la misma forma que las autoridades administrativas de ciudades grandes y pequeñas de todo el país, llevan un padrón de registro de todas y cada una de las negociaciones mercantiles existentes en sus demarcaciones, la intención de crear el Registro Nacional de Portales Electrónicos tendría los mismos propósitos, y para el caso de fraudes o incumplimientos, se tendría, si no la certeza absoluta de quien o quienes son los responsables, al menos los indicios que nos permitirían identificarlos y ubicarlos, con el propósito de fincarles las responsabilidades que les resulten.

En materia de seguridad, considero que ninguna medida esta de sobra, por el contrario, se deben considerar y aplicar todas las que sean conducentes para lograr una adecuada protección al consumidor, sobre todo en éste renglón específico que es el comercio electrónico, y a pesar de que

En los tres presupuestos que presentamos podemos apreciar una conducta humana negativa que se abstiene de realizar: lo que se había prometido; lo que había pactado realizar; o la conducta que tenía el deber jurídico de observar.¹⁵⁷

La legislación mexicana contempla al hecho ilícito desde dos puntos de vista, en la ley penal y la ley civil. Siguiendo éste criterio Rojina Villegas¹⁵⁸ clasifica los hechos ilícitos de la siguiente manera:

- 1.- Delito Penal.- Es un hecho doloso que causa daño, sancionado por el Código Penal, se impone una pena y/o sanción pecuniaria.
- 2.- Delito Civil.- Es un hecho doloso que causa daño, pero no esta sancionado por el derecho penal, su consecuencia es la reparación del daño.
- 3.- Cuasidelito Penal.- Hecho culposo que causa daño, tiene una pena y una sanción pecuniaria.
- 4.- Cuasidelito Civil.- Es un hecho culposo que causa daño, solo engendra responsabilidad civil.

De la anterior clasificación, se puede señalar la presencia de dos conceptos que personifican el contenido de la "ilicitud"; el *dolo* y la *culpa*. El primer concepto se define de la siguiente manera: Dolo.- es una conducta consciente intencional de producir el resultado que se pretende con la acción que se realiza. Culpa.- es una conducta no intencional, que se realiza por negligencia, falta de cuidado o inexperiencia.

Pretender enmarcar la conducta del fabricante por comercializar productos defectuosos, o que por sus innovaciones o características propias, pudieran causar daño a la salud, a la integridad física o al patrimonio del consumidor, dentro de los hechos ilícitos o contra las buenas costumbres, implica la realización de un malabarismo y pirotecnia jurídico-forénsica, que desalientan inclusive, al consumidor mas obstinado y celoso de sus derechos, aunado a lo anterior lo interminable que resultan los juicios, resulta de pensarse. Veamos porque:

¹⁵⁷ Gutiérrez y González, ob. cit. págs. 448, 449, 450 y ss.

¹⁵⁸ Rojina Villegas, ob. cit., págs. 286, 287 y 288.

justicia conmutativa, que se inspira en el criterio de equivalencia objetiva de las prestaciones."¹⁶⁵

"Mientras así sea, el consumidor mantendrá su condición de víctima aislada del sistema. Permanecerá impotente para rebelarse frente a la violación de sus derechos. Un continuo consentir injusticias, lo convertirá en cómplice de su propio agresor...Pero ello no quitará que en la pujanza por una sociedad democrática, libre y abierta, trascienda como propósito el bienestar del consumidor. <<Lo cual es como decir que derecho y Estado deben finalmente ser vistos como lo que son: simples instrumentos al servicio de los ciudadanos y no viceversa>>"¹⁶⁶.

c).- **Daños a la salud y a la seguridad por productos defectuosos:** El simple derecho a la vida de cualquier ciudadano impondría al Estado, desde ésta perspectiva, el deber de establecer una adecuada responsabilidad de los fabricantes de productos que causen daño a las personas. Sin embargo, conviene dar un paso mas acerca del fundamento del derecho a la seguridad del consumidor pues, de lo contrario, muchos daños producidos como consecuencia del uso o consumo de un bien no encontrarían tutela.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Castan Tobeñas José, La Idea de Justicia Social; Stiglitz Gabriel, ob. cit., pág. 15.

¹⁶⁶ Cappalletti Mauro, Acceso a la Justicia; Stiglitz Gabriel, ob. cit., pág. 16.

¹⁶⁷ Por lo que se refiere al derecho a la vida únicamente encontrarían amparo aquellas lesiones a la persona cuyo resultado fuera el de muerte, lo cual resultaría insuficiente. Incluso en relación a muchos productos inseguros sería forzado entender que se trata de un atentado frustrado contra la vida del consumidor, (reacciones alérgicas, contraindicaciones, intoxicaciones menores...). Por lo que se refiere a la integridad física, si bien algún autor ha afirmado que el reconocimiento del derecho a la integridad física se sigue en la tutela de la salud (en éste sentido, Serrano Alberca, Artículo 15, en Comentarios a la Constitución, dirigidos por Garrido Falla, Madrid, 2ª edic., 1985, pág. 269. Salud e integridad e integridad física son dos conceptos distintos, aunque sean parecidos y en muchas ocasiones coincidentes. Por un lado, no toda lesión de la integridad física comporta un menoscabo, o al menos un menoscabo de gravedad o duración análoga, de la salud (Mantovani, I trapiantie la sperimentazione umana del diritto italiano straniero, 1974, p. 83, cit. por Maria Carla Cherubini; Parra Lucan Mª Ángeles, Daños por productos y protección al consumidor, Editorial José María Bosch, Barcelona, 1990.

capítulo IV

Medios de Defensa del Consumidor

1.- La ley y el consumidor

I.- **Generalidades:** Cuando el legislador instaura su pretensión de proteger al consumidor, podemos percibir que su anhelo, no es el de atribuir derechos a cada consumidor en lo individual, mas bien se trata de tutelar un interés general con el propósito de que los bienes y servicios no representen peligros potenciales a la salud, a la integridad física o al patrimonio de tales consumidores; del mismo modo, se puede percibir una intención secundaria que es la de habilitar programas políticos de actuación; estableciendo deberes a cargo de los empresarios y directrices para la administración pública, ya que como lo hemos podido apreciar, la normativa en éste sector tiene un carácter eminentemente jurídico administrativo.

El artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en la parte final de su párrafo tercero contiene implícitamente un mandato que se divide en dos partes; la primera parte contempla la protección que la ley debe brindarle a los consumidores, la segunda parte del mandato constitucional, de acuerdo a lo transcrito en el mismo, establece que es la ley quien esta obligada a propiciar la organización de los consumidores para el mejor cuidado de sus intereses.

De ésta manera, fácilmente se puede apreciar que la ley se convierte en el mejor instrumento de protección, aunque claro ésta, el camino ha sido largo y sinuoso, y el hecho de tener la mejor de las intenciones por parte de algún legislador, no ha sido suficiente para vencer la inercia del pensamiento filosófico neoliberal, que se resiste aceptar el cambio, en la transición de propósitos mas congruentes con la nueva realidad social.

Es importante resaltar que ha sido en las esferas de la salud y la seguridad donde mayor énfasis se ha puesto

consumidor contra los riesgos provocados por prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;

IV.- La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;".

La simple lectura del primer artículo y de su fracción primera, nos causa la grata impresión de que el propósito legal es efectivamente el de "proteger los derechos del consumidor"; cabe resaltar la intención de ubicar en primer lugar de importancia a "la vida, la salud y seguridad del consumidor", protegiendo éstos bienes jurídicos de los posibles daños y perjuicios que se le puedan ocasionar por el abastecimiento de bienes y servicios considerados "*nocivos o peligrosos*".

Pero que se puede decir de aquellos productos que aún no siendo considerados nocivos y peligrosos causan daños e inclusive hasta la muerte. Pongamos por ejemplo un juguete al cual se le desprenden algunas de sus partes y provocan el asfixiamiento de algún infante; o que decir de comidas enlatadas y bebidas embotelladas que han causado serias intoxicaciones y hasta la muerte en algunos casos, (la lista de ejemplos sería interminable). En éste tipo de casos, ¿será posible determinar la responsabilidad del fabricante o del vendedor?, ya que aún no siendo considerado "peligroso o nocivo" tal producto, el consumidor ha sido afectado, ya bien, en su vida, su salud o su patrimonio.

Considero que en la redacción de la primera fracción del artículo primero de la ley, hubo un error de semántica, y si dicho error se cometió intencionalmente, resulta un agravio a la pretensión tutelar de la ley.

Como lo expusimos anteriormente en éste capítulo, a nivel internacional ya fueron totalmente superadas las anacrónicas teorías, tanto del "riesgo generado", como la del "dolo o culpa" del fabricante. En legislaciones de otros países no es necesario que el producto sea peligroso o nocivo en si mismo, o que el fabricante haya sido negligente o doloso; pero si algún consumidor resulta dañado en su vida, salud o patrimonio por productos defectuosos, dicho fabricante o proveedor son responsables y están obligados a

acuerdo a lo que se ha visto, la única forma que tiene la víctima de daños causados por el consumo, de obtener la reparación, es acudiendo a la vía civil, que como ya se vio, es desventajosa, onerosa y sobre todo muy prolongada en tiempo.

En vista de lo anterior, propongo que a la ley del consumidor se le adicionen los artículos que sean necesarios, en donde se mencione que la víctima de los daños tiene el derecho de exigir directamente del responsable, la reparación de los daños sufridos, y que se establezcan las fórmulas adecuadas para cuantificar tales daños, bien sean patrimoniales o morales, y de ésta manera coloquemos nuestra ley defensora del consumidor a la altura de la condiciones internacionales, tanto de humanismo, celeridad en las soluciones, y real efectividad protectora, de lo contrario seguirá siendo en buena medida, tan solo un catalogo de buenos deseos.

Así por ejemplo al mencionado artículo 92 de la ley se le puede agregar el artículo 92 bis, el cual pudiera quedar de la siguiente manera:

Art.- 92 bis.- Los consumidores tendrán derecho a la reparación de los daños patrimoniales o morales causados por productos o servicios, que en condiciones normales de uso y sin que medie dolo o culpa del fabricante hayan resultado defectuosos, o que por falta de información adecuada hayan causado demérito o menoscabo en la salud, integridad física, el patrimonio del consumidor, o hayan causado la pérdida de la vida de algún ser humano

la acción de reclamo podrá ejercitarse directamente contra el vendedor, productor, distribuidor o importador, por separado o en conjunto. El vendedor o distribuidor podrán atraer al fabricante o importador y librarse de la obligación de la reparación del daño si se demuestra que no contribuyeron en la aparición del defecto del bien.

La reparación del daño debe consistir en el restablecimiento de la situación que se tenía, hasta antes de causarse el daño, y cuando ello resulte imposible, se realizará el pago de las cantidades que resulten de la cuantificación del mismo. Cuando el daño causado a las personas

señalado en la ley; ya que aquí se debe aplicar el principio jurídico de que los iguales deben ser tratados iguales y los desiguales deben ser tratados desigualmente para igualarlos en justicia. En tal razón la asignación deberá quedar clasificada en cinco categorías económicas y sugiero la siguiente fórmula:

La clasificación de los bienes y servicios es en atención al monto del precio que se paga por los mismos, y queda de la siguiente manera:

- I.- Hasta el equivalente de cincuenta veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.
- II.- De cincuenta hasta doscientos cincuenta veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.
- III.- De doscientos cincuenta hasta mil veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.
- IV.- De mil a dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal
- V.- De dos mil quinientas veces en adelante el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

c).- **Términos para ejercitar acciones:** Como ya lo apuntamos en el capítulo relativo a las obligaciones, éstas necesariamente se encuentran sujetas a la fatalidad del tiempo, no puede existir un obligado perpetuamente, ya que resulta contrario al principio de la seguridad jurídica, luego entonces tenemos que acatar tal principio también en la Ley del consumidor y así tenemos que el artículo 105 de nuestra ley señala que:

"Art.- 105.- Salvo lo dispuesto en ésta ley, los consumidores deberán presentar la reclamación dentro de los

el campo de la fabricación de medicamentos o el de la fabricación de automóviles, donde los resultados a consecuencia de productos defectuosos, tan solo puede apreciarse, cuando ya han transcurrido en demasía los términos que nuestra ley concede, situación que hace completamente nugatorio el derecho a la protección del consumidor; considero igualmente, que no es posible dejar la solución de un problema tan sensible en manos de los jueces y magistrados para que lo resuelvan a través de criterios jurisprudenciales, ya que si bien es cierto que estamos demasiado lejos de llegar a los extremos indemnizatorios en que han incurrido los tribunales norteamericanos o europeos, lo correcto que es tengamos un sistema adecuado y propio dentro del marco de nuestra ley, que le brinde al consumidor dañado una protección adecuada y coherente, siendo lo anterior tarea exclusiva del legislador, quien debe asumir su responsabilidad y adecuar la ley del consumidor a la realidad de las necesidades objetivas nacionales, brindándole una protección efectiva que vaya mas allá de las garantías que otorgan los fabricantes, y concediéndole plazos mas prácticos, congruentes y realistas para el ejercicio de sus acciones.

Límite temporal para el ejercicio de la acción

La ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de España, no señaló nada respecto de cual sería el término para el ejercicio de la acción de reclamo en contra de los proveedores, pero sí estipuló que se aplicara supletoriamente el criterio del Código Civil español, en todo aquello que complementara la ley y no se opusiera a la misma; la solución que le han dado los juristas y la doctrina, es en el sentido de que se debe aplicar el artículo 1.964 del Código Civil español, el cual establece que, las acciones personales que no tengan fijado un plazo determinado, el término será de quince años.¹⁸⁷

De igual forma la jurisprudencia española ha participado con el propósito de esclarecer las dudas que surgieron acerca del plazo de los quince años para reclamar los daños.-

¹⁸⁷ López Sánchez Así, La tutela del Consumatore in Spagna, cit., 983; Parra Lucan M^a Angeles, ob. cit. pag. 457.

De modificarse el artículo 116 de la LFPC, con la intención de hacer obligatorio el sometimiento de los proveedores al arbitraje de la PROFECO o de algún arbitro designado por las parte y reconocido oficialmente, éste pudiera quedar redactado de la siguiente manera:

Art. 116.- En caso de no haber conciliación, la Procuraduría actuará como arbitro en el litigio, a menos que las partes designen a un arbitro oficialmente reconocido.

El procedimiento arbitral se resolvería de acuerdo a los establecido en la Sección Tercera del Capítulo XIII, artículos del 117 al 122 de la ley referida.

La inclusión del procedimiento arbitral forzoso representa cuando menos, una pequeña oportunidad de equilibrar levemente la balanza, que con motivo del contrato de adhesión, se encuentra inclinada completamente a favor del comerciante. Y si no, veamos: "Contrato de Adhesión.- Son aquellos en que una de las partes fija sus condiciones...y se las impone a otras que no hacen sino aceptarlas...".¹⁹³ Ahora bien, la propuesta que se hace es factible y congruente con la ordenación de la propia ley, ya que la misma, en su artículo 1º menciona que "La presente ley es de orden público e interés social y observancia en toda la república. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrá alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario. En su segundo párrafo menciona que "El objeto de ésta ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores".

La costumbre en materia de contratación comercial siempre ha sido que el más fuerte impone su ley, el contrato de adhesión lo confirma; esta costumbre ya no podrá invocarse al momento en que se haga obligatorio el procedimiento arbitral, o que al menos, en los contratos de adhesión que revisa la PROFECO se establezca la inclusión de la cláusula del compromiso arbitral en los mismos. De lograr la propuesta anterior (como lo hemos soñado muchos consumidores), que la ley por fin hiciera obligatorio para los proveedores el

¹⁹³ Diccionario de Derecho Privado. Edit. Laabor, Edición 1950.

consentimiento de las partes que se sometieron al arbitraje, o que, en su defecto, se acuda a la jurisdicción ordinaria para su cabal ejecución, tal como lo dispone el precitado precepto legal en su inciso e). En otras palabras, mientras el juez de lo civil correspondiente no emita el mandamiento de ejecución para el cumplimiento del laudo, elemento indispensable para que la resolución arbitral pueda causar algún perjuicio a las partes, no tendrá la categoría de acto jurisdiccional; mientras tanto, el laudo en sí mismo no trasciende el ámbito o relación existente entre las partes que voluntariamente se sometieron a la controversia y, por tanto, no se esta en presencia de un acto de autoridad estrictamente. En consecuencia, se estima que hasta en tanto no se ejecute judicialmente el laudo, no se está en posibilidad de ocurrir en demanda de amparo y, por ende, resulta improcedente el juicio de garantías. **TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEXTO CIRCUITO.**

PRECEDENTES: Amparo en revisión 1051/90. Raúl Mireles y Olga Benavides de Muños. 15 de Agosto de 1990. Unanimidad de votos

Ponente: Samuel Hernández Viazcán

Secretario: Ricardo Ojeda Bohórquez

Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito

Fuente: Semanario Judicial de la Federación

Época: 7ª

Volumen: 121-126

Parte: Sexta

Página: 265

"Protección al consumidor, laudos arbitrales emitidos por PROFECO son reclamables en amparo"

Los laudos emitidos por la Procuraduría Federal del Consumidor si son reclamables en amparo, pues quien los emite reúne las características de autoridad para los efectos del juicio de garantías, en efecto, el acto es unilateral, en virtud de que para su existencia y eficacia jurídica no requiere del concurso de la voluntad del particular frente a quien se ejercita, es decir unilateralidad significa que la creación, modificación o extinción de situaciones generales o especiales de hecho o de derecho, o alteración o afectación de las mismas, se realice por una de las

se difunden del mismo modo, a los distintos miembros de una categoría social, o a toda la colectividad. "La agrupación de los individuos implica, por definición, la multiplicación de un poderío, que surge y crece, en virtud de la tendencia uniforme a encauzarse hacia la satisfacción de necesidades análogas".²⁰⁴

**b).- la organización, mecanismo de defensa y
garantía constitucional del consumidor**

De acuerdo a lo anterior, resulta fácil advertir que las organizaciones de consumidores pueden y deben constituirse en un factor imprescindible para realizar acciones coordinadas con la administración pública, y llevar a cabo programas referentes a la educación, información, asesoramiento y capacitación de los propios consumidores, con la intención de realizar una verdadera campaña permanente de protección a los derechos básicos del consumidor, pero sobre todo, hacer valer su representatividad como grupo específico y oponerlo al poderío que representan las organizaciones de comerciantes y productores. Las asociaciones de consumidores son idóneas para que realicen acciones de *contrapublicidad* como un medio de lucha en apoyo y fomento de las funciones de la administración pública, y que en el particular caso mexicano, en forma específica son aquellas que realiza la PROFECO, ya que tales acciones, no son un fin en sí mismas, sino más bien el medio adecuado e ineludible que garantiza la aspiración al logro de obtener como consumidor, un trato digno e igualitario, y en lo económico, bienes que justifiquen con su calidad el precio que por ellos se paga.

La posibilidad legal de los ciudadanos de agruparse en organizaciones que les permitan defender sus derechos como consumidores, como ya se ha expresado en diversas oportunidades, surge del mandato contenido en la última parte del párrafo tercero del artículo 28 constitucional, pero no obstante que nuestra Constitución le ordena al Estado propiciar la organización de los consumidores para el mejor cuidado de sus intereses, resulta decepcionante encontrar que en toda la LFPC, tan solo se le concede una mezquina fracción, que es la XVIII del artículo 24 de dicha ley, por lo que considero fue una tacañería de parte del legislador,

²⁰⁴ Stiglitz Gabriel A., ob. cit. pág. 44.

que un factor indispensable para propiciar realmente las organizaciones de consumidores es el financiamiento a las mismas. El término propiciar que establece el artículo 28 constitucional, puede ser interpretado como sinónimo de favorecer, ayudar, patrocinar, en ese entendido, patrocinar como sinónimo de propiciar puede darnos la posibilidad de tener organizaciones de consumidores patrocinadas o financiadas por el Estado...

...La existencia de las organizaciones de consumidores es útil no sólo para equilibrar las relaciones de consumo, sino también para contar con productos de mejor calidad en el mercado, pues la presión que sobre los proveedores ejercen las organizaciones de consumidores, los llevará a elaborar o poner a la venta productos de una calidad superior, en beneficio del destinatario directo de los bienes y servicios: el consumidor..."

Del contenido de la propuesta de reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor, que hizo el diputado José Luis Gutiérrez Cureño, sobresale su intención de brindarles a los consumidores mexicanos el medio legal adecuado para que puedan ejercitar las prerrogativas que otras naciones del mundo a través de sus legislaciones le han brindado a los consumidores de tales países, ya que la actitud asociativa de tales individuos, reclama ante todo, la efectiva protección a sus intereses, tanto individuales, como de clase; su objetivo primordial es el reconocimiento por parte del Estado de su representatividad social para que se les tome en cuenta y sean consultados previamente ante de que se tomen medidas gubernamentales que les afecten, tales como alza de precios, importaciones de alimentos chatarra (maíz de tercera calidad con que alimentan cerdos en los EE. UU.), establecimiento de normas de calidad de los bienes y servicios y todas aquellas medidas que resulten de interés para los consumidores.

Quiero agregar que dentro de la propuesta del legislador, se contenía la especificación de que se otorgara a las organizaciones, la personalidad jurídica que les permitiera representar individual o colectivamente a los consumidores ante el gobierno, los proveedores y todo tipo de autoridades, ya fuesen jurisdiccionales, administrativas o de

"Como natural reacción social, contra la injusta presión económica ejercida por una de las partes, comienzan a surgir diversos movimientos, con el objeto de recomponer el equilibrio que de ese modo han perdido las relaciones personales. Es decir, una actitud de defensa del consumidor, encauzada hacia la institucionalización de los distintos instrumentos jurídicos que se pueden accionar a esos fines".²¹⁴

"La mas clara y esencial manifestación del progreso científico y axiológico de las legislaciones uniformes, consiste en el apartamiento de la concepción tradicional de la culpa, como razón y fundamento de la responsabilidad de la empresa. Se ha advertido que aquel criterio no se concilia con la exigencia de tutelar al perjudicado, frente al fenómeno de daños que igualmente pueden verificarse, no obstante el empleo por el empresario, de una particular diligencia, o de adecuados instrumentos técnicos de control".²¹⁵

"Así es como en los países de capitalismo avanzado de Europa Occidental, se viene observando una tendencia creciente hacia la regulación de limitaciones a la actividad empresarial, con el fin de tutelar al consumidor, desamparado en las relaciones obligacionales nacidas en virtud de la colocación de bienes y servicios en el mercado".²¹⁶

La propensión mundial, como se puede observar ha sido legislar reconociendo los derechos del consumidor frente al poder económico de las empresas. En México se debe legislar emulando la tendencia internacional y seguir insistiendo hasta lograr que el empresario sea responsable en forma directa de sus actos y consecuencias.

J. Nicolás Martí Sánchez, *El consumidor ante el derecho*, Edit. Centro Asociado de la UNED, Las Palmas, 1980, PÁG. 21.

²¹⁴ Stiglitz Gabriel A., ob. cit. pág. 4.

²¹⁵ Cinelle Maurizio, *Sul problema della respoonsabilità dell'imprenditore verso i terzi* (Exame critico di una tesi sul suo preteso fondamento precontrattuale), en "Rivista di Diritto Civile", Padova, 1971-II, pág. 448, Mario Bessone, *Prodotti dannosi e responsabilità dell'impresa*, en "Rivista Trimestrale di Diritto e Procedura Civile", Milano, 1971-I, pág. 133.

²¹⁶ Aguilera Ramos Agustín, *La Protección de los Consumidores*, en "Reseña de Derecho Mercantil de la Comunidad Económica Europea", Revista de Derecho Mercantil, n° 161/2, Madrid, 1981, pág. 581.

Conclusiones

I.- En las relaciones derivadas del consumo, encontramos en forma permanente una contienda entre las partes que la conforman, una de ellas, pugna por la obtención de una mayor ganancia, la otra, por adquirir satisfactores de calidad que reúnan el valor que por ellos se paga. El respaldo económico de tales oponentes en la contienda, inclina la balanza de los resultados, mismos que siempre le son desfavorables a los consumidores.

Se pudiera decir que, la forma en que el Estado confronte la problemática que surge de las relaciones derivadas del consumo, ya sea brindándole adecuada defensa a quienes son la parte débil, o negándoles tal protección; en la misma proporción y forma les brindará o negará su participación y acceso a los beneficios del bien común.

II.- El asunto de la protección al consumidor tiene que ser abordado desde un marco de política global que incorpore la doble perspectiva consubstancial a dicha problemática, la prevención y el resarcimiento.

El primer objetivo que se persigue, es obligar al Estado a que genere las normas adecuadas en materia administrativa que reglamenten la producción y el suministro de bienes, obligando al fabricante a producir productos lo suficientemente seguros que permitan su introducción al mercado sin riesgo alguno para el consumidor. Teniendo el fabricante la certeza de que será responsable por los daños que causen sus productos cuando éstos resultaren defectuosos, aún cuando no medie dolo o culpa de su parte, lo obligará a esforzarse por producir solo bienes de óptima calidad.

El segundo objetivo es, promover las modificaciones necesarias a la ley de protección al consumidor con

producto motivo del reclamo; en el Código suizo los diez años son a partir del daño y no de la puesta en circulación del bien. El Departamento de Comercio Norteamericano favorece el uso seguro de un producto durante un plazo razonable de tiempo, como pueden ser diez años. La sección 110 A de la UPLA, libera de responsabilidad al productor cuando un producto es usado mas allá de su vida útil. Las legislaciones europeas y norteamericanas han optado por un plazo de diez años para equilibrar intereses, para que sin gravar en exceso la responsabilidad del productor, le brinden efectiva protección al consumidor.

La LFPC concede seis meses o un año, para el ejercicio de la acción de reclamo, situación discordante con los términos que se conceden a consumidores de otras partes del mundo. Al consumidor mexicano se le debe brindar el mismo trato que legislaciones de otras naciones han otorgado a sus consumidores, máxime que productos que se consumen en el mercado nacional se producen por empresas que en sus naciones de origen están obligadas a otorgar tales términos a sus connacionales. Por tal razón se debe modificar la ley para adecuarla al entorno mundial, proporcionando diversos plazos para el ejercicio de la acción de reclamo en base al costo de los bienes y servicios.

IX.- La protección al consumidor tiene que ser integral e incorporar todos los aspectos que sean posibles dentro de la dinámica y humanismo del Derecho Económico, y sustraerlos en la medida de lo posible del entorno civilista que ha demostrado ser obsoleto e inadecuado para una oportuna y equitativa solución de los conflictos que surgen de las relaciones del consumo. El principio jurídico que surge del artículo 28 de la Constitución mexicana es preponderante a la protección del consumidor, y aún cuando el artículo 1° de la LFPC en su fracción IV, hace mención a la efectiva "reparación de daños patrimoniales y morales", no menciona la forma en que se hará efectiva tal reparación. Si en verdad se quiere que nuestra ley sea protectora y cumpla con el cometido

Propuestas

PRIMERA.- Se propone la modificación del artículo 1.- en su fracción I.- de la Ley Federal de Protección al Consumidor para quedar de la siguiente manera:

Art. 1°.-

Frac. I.- La protección de la vida, salud, seguridad y patrimonio del consumidor contra los daños provocados por prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos, o de aquellos que no siendo considerados nocivos o peligrosos y en condiciones normales de uso resultaren defectuosos.

Nótese que se agrega la palabra "patrimonio", se substituye la palabra *riesgo* por *daño*, y se agregó la línea que dice "*o de aquellos que no siendo considerados nocivos o peligrosos y en condiciones normales de uso resultaren defectuosos*".

SEGUNDO.- se propone la adición del artículo 92 bis a la LFPC para que se mencione que la víctima de los daños tiene el derecho de exigir directamente del fabricante, distribuidor o comerciante, aunque no haya existido dolo o culpa de su parte, la reparación de los daños sufridos por el consumidor a consecuencia de productos defectuosos o de falta adecuada de información para su uso y manejo.

El artículo 92 bis, pudiera quedar de la siguiente manera:

Art. -92 bis.- Los consumidores tendrán derecho a la reparación de los daños patrimoniales o morales causados por productos o servicios, que en condiciones normales de uso y sin que medie dolo o culpa del fabricante hayan resultado defectuosos, o que por falta de información adecuada hayan causado demérito o menoscabo en la salud, integridad física, el patrimonio del consumidor, o hayan causado la pérdida de la vida de algún ser humano

La acción de reclamo podrá ejercitarse directamente

ANEXO 1

DIRECTRICES PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Resolución 39/248, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, el 16 de abril de 1985

La asamblea General, recordando la resolución 1981/62, de 23 de julio de 1981, del Consejo Económico y Social, en que el Consejo pidió al Secretario General que prosiguiera las consultas sobre la protección del consumidor, con objeto de elaborar una serie de orientaciones generales para dicha protección, teniendo particularmente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo; recordando también la resolución 38/147, de 19 de diciembre de 1983, de la Asamblea General; tomando nota de la resolución 1984/63, de 26 de julio de 1984, del Consejo Económico y Social:

- 1) decide aprobar las directrices sobre la protección del consumidor que se incluyen como anexo a la presente resolución;
- 2) pide al secretario general que difunda las directrices entre los gobiernos y otras partes interesadas;
- 3) pide a todas las organizaciones del sistema de las Naciones Unidas que elaboren directrices y documentos conexos sobre esferas relacionadas con la protección del consumidor y las distribuya a los órganos competentes de los Estados miembros.

I.- Objetivos

1.- Teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los consumidores de todos los países, y particularmente de los países en desarrollo; reconociendo que los consumidores afrontan a menudo desequilibrios en cuanto a capacidad económica, nivel de educación y poder de negociación; y teniendo en cuenta que los consumidores deben tener el

16.- Los gobiernos deben adoptar o mantener políticas que especifiquen las responsabilidades del fabricante para asegurar que los artículos satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin a que se destinan y que el vendedor vele por que estos requisitos se cumplan. Las mismas políticas deben regir la prestación de servicios.

17.- Los gobiernos deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos.

18.- Los gobiernos deben velar, si procede, por que los fabricantes o minoristas aseguren la disponibilidad adecuada de un servicio confiable posterior a la venta y de piezas de repuesto.

19.- Los consumidores deben gozar de protección contra abusos contractuales como el uso de contratos uniformes que favorecen a una de las partes, la no inclusión de derechos fundamentales en los contratos y la imposición de condiciones excesivamente estrictas para la concesión de créditos por parte de los vendedores.

20.- Las prácticas de promoción empleadas en la comercialización y la venta deben basarse en el principio del trato justo de los consumidores y deben satisfacer los requisitos jurídicos. Ello requiere el suministro de la información necesaria para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas e independientes, así como la adopción de medidas para asegurar la exactitud de la información suministrada.

21.- Los gobiernos deben alentar a todos los interesados a participar en la libre circulación de información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo.

22.- Los gobiernos deben, dentro de sus propios países, promover la formulación y aplicación por parte de las empresas, en colaboración con las organizaciones de consumidores, de códigos de comercialización y otras prácticas comerciales para asegurar una adecuada protección del consumidor. También pueden concertarse acuerdos

en la esfera de la protección del consumidor;

b).- cooperar o alentar la cooperación en la aplicación de las políticas de protección del consumidor para conseguir mejores resultados en el marco de los recursos existentes. Como ejemplos de ese tipo de cooperación podrían citarse la colaboración en el establecimiento o utilización conjunta de instalaciones de ensayo, procedimientos comunes de ensayo, intercambio de información de interés para el consumidor y de programas de educación, programas conjuntos de capacitación y preparación conjunta de reglamentaciones.

c).- cooperar para mejorar las condiciones en que los productos esenciales se ofrecen a los consumidores, prestando la debida atención a los precios y a la calidad. Entre las formas que podría revestir esa cooperación figuran la adquisición conjunta de productos esenciales, el intercambio de información sobre las distintas posibilidades de adquisición y la adopción de acuerdos sobre especificaciones regionales para los productos.

44.- Los gobiernos deben desarrollar o estrechar los vínculos de información en relación con los productos que han sido prohibidos, retirados o sometidos a restricciones rigurosas, a fin de que los países importadores puedan tomar precauciones adecuadas contra los efectos nocivos de esos productos.

45.- Los gobiernos deben velar por que la calidad de los productos y la información relativa a los productos no varíe de un país a otro de manera que pueda tener efectos perjudiciales para los consumidores.

46.- Los gobiernos deben esforzarse en que las políticas y las medidas relativas a la protección del consumidor se apliquen de manera que no se conviertan en barreras para el comercio internacional y sean compatibles con las obligaciones del comercio internacional.

ANEXO 2

DECRETO

"EL CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, D E C R E T A:

SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL EN MATERIA COMÚN Y PARA TODA LA REPÚBLICA EN MATERIA FEDERAL, DEL CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES, DEL CÓDIGO DE COMERCIO Y DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

ARTICULO PRIMERO.- Se modifica la denominación del Código Civil para el Distrito Federal, en Materia Común y para toda la República en Materia Federal, y con ello se reforman sus artículos 1º, 1803, 1805 y 1811, y se le adiciona el artículo 1834 bis, para quedar como sigue :

"CÓDIGO CIVIL FEDERAL

Artículo 1º.- Las disposiciones de éste Código regirán en toda la República en asuntos del orden federal.

Artículo 1803.- El consentimiento puede ser expreso o tácito, para ello se estará a lo siguiente:

I.- Será expreso cuando la voluntad se manifiesta verbalmente, por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, o por signos inequívocos, y

II.- El tácito resultará de hechos o de actos que lo presupongan o que autoricen a presumirlo, excepto en los casos en que por ley o por convenio la voluntad deba manifestarse expresamente.

Artículo 1805.- Cuando la oferta se haga a una persona presente, sin fijación de plazo para aceptarla, el autor de la oferta queda desligado si la aceptación no se hace inmediatamente. La misma regla se aplicará a la oferta hecha por teléfono o a través de cualquier otro medio electrónico, óptico o de cualquier otra tecnología que permita la expresión de la oferta y la aceptación de ésta forma inmediata.

Artículo 1811.-

Tratándose de la propuesta y aceptación hecha a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología no se requerirá de estipulación previa entre los contratantes para que produzca efectos.

Artículo 1834 bis.- Los supuestos previstos por el artículo anterior se tendrán por cumplidos mediante la utilización de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, siempre que la información generada o comunicada en forma íntegra, a través de dichos medios sea atribuible a las personas obligadas y accesible para su ulterior consulta.

En los casos en que la ley establezca como requisito que un acto jurídico deba otorgarse en instrumento ante fedatario público, éste y las partes obligadas podrán generar, enviar, recibir, archivar o comunicar la información que contenga los términos exactos en que las partes han decidido obligarse, mediante la utilización de medios electrónicos,

Dicha autorización y su cancelación deberán publicarse en el **Diario Oficial de la Federación**.

Artículo 31.- Los registradores no podrán denegar la inscripción de los documentos mercantiles que se les presenten, salvo cuando.

- I - El acto o contrato que en ellos se contenga no sea de los que deben inscribirse;
- II.- Esté en manifiesta contradicción con los contenidos de los asientos registrales preexistentes, o
- III.- El documento de que se trate no exprese, o exprese sin claridad suficiente, los datos que deba contener la inscripción.

Si la autoridad administrativa o judicial ordena que se registre un documento rechazado, la inscripción surtirá sus efectos desde que por primera vez se presentó.

El registrador suspenderá la inscripción de los actos a inscribir, siempre que existan defectos u omisiones que sean subsanables. En todo caso se requerirá al interesado para que en el plazo que determine el reglamento de éste Capítulo las subsane, en el entendido de que, de no hacerlo, se le denegará la inscripción.

Artículo 32.- La rectificación de los asientos en la base de datos por causa de error material o de concepto, sólo procede cuando exista discrepancia entre el instrumento donde conste el acto y la inscripción.

Se entenderá que se comete error material cuando se inscriban unas palabras por otras, se omita la expresión de algunas circunstancias o se equivoquen los nombres propios o las cantidades al copiarlas del instrumento donde conste el acto, sin cambiar por eso el sentido general de la inscripción ni el de alguno de sus conceptos.

Se entenderá que se comete error de concepto cuando al expresar en la inscripción alguno de los contenidos del instrumento, se altere o varíe su sentido porque el responsable de la inscripción se hubiera formado un juicio equivocado del mismo, por una errónea calificación del contrato o acto en él consignado o por cualquier otra circunstancia similar.

Artículo 32 bis.- Cuando se trate de errores de concepto, los asientos practicados en los folios del Registro Público de Comercio sólo podrán rectificarse con el consentimiento de todos los interesados en el asiento.

A falta de consentimiento unánime de los interesados, la rectificación sólo podrá efectuarse por resolución judicial.

El concepto rectificado surtirá efectos desde la fecha de su rectificación.

El procedimiento para efectuar la rectificación en la base de los datos lo determina la Secretaría en los lineamientos que al efecto emitan.

FICHERO BIBLIOGRÁFICO

Aguilera Ramos Agustín

La Protección de los consumidores, en "Reseña de Derecho Mercantil de la Comunidad Económica Europea", Revista de Derecho Mercantil n° 161/2, Madrid, 1981.

Aubry y Rau

Cours de Droit Civil Francais, 5ª Edic. T. IV, París, 1902.

Barre Raymond

Economía Política, 3ª Edic., Editorial Ariel.

Beltran Lucas

Historia de las Doctrinas Económicas 5ª Edic., Barcelona, Editorial Teide, 1993.

Blanco Fornieles Víctor

Estudios de Derecho Económico V, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie I : Estudios de Derecho Económico, núm. 14, México, UNAM, 1986.

Borja Soriano

Teoría Gral. de las Obligaciones, t. I, México, 1939.

C. Fourgoux, J. Mihailov y M.V. Jeannin

Droit de la consommation, París, Edit. Delams, 1979.

Calais-Auloy

Droit de la consommation 2ª Edic., París, 1986.

Marx Karl

El Capital, 2ª. Edición, Barcelona, Ediciones Orbis S.A., 1967.

Medellin Carlos J. y Carlos Medellin F.

Lecciones de Derecho Romano, 13a. Edición, Santa Fé de Bogotá, Edit. TEMIS S.A., 1997.

Messineo Francesco

Manual de Der. Civil y Comercial, traduc. de Santiago Sentís Melendo, Buenos Aires, Ediciones Jurídicas Europa - América, 1955.

Mora José Luis y Molino Enzo

Introducción a la informática, México, 1974

Norrgar Lee E and Julia M. Norrgard

Consumer Fraud a reference handbook, Sta. Barbara Calif., Edit. ABC - Clio Contemporary world issues series, 1998.

Pallares Eduardo

Diccionario de Derecho Procesal Civil 9ª edic., México, Edit. Porrúa, 1976.

Parra Lucan Ma. Angeles

Daños Por Productos y Protección del Consumidor, 1ª. Edición, Barcelona, Editorial José María Bosch, 1990.

Pietro Bonfante

Storia del Commercio, tomo I., Roma, 1938.