



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

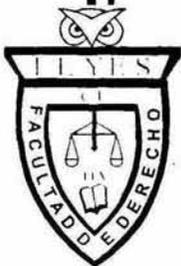
FACULTAD DE DERECHO

**ÁMBITO JURÍDICO DEL SERVICIO DE
PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA EN MÉXICO**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
WILLIAM FRANCISCO TLASECA RUIZ

ASESOR: LIC. JOSÉ LUIS HERNÁNDEZ MARTÍNEZ



CIUDAD UNIVERSITARIA. MÉXICO, D.F.,

SEPTIEMBRE 2003.

m 325012



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

ESTA TESINA SALE
DE LA BIBLIOTECA



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE DERECHO MERCANTIL

SR. ING. LEOPOLDO SILVA GUTIERREZ
DIRECTOR GENERAL DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
P R E S E N T E .

El alumno: **WILLIAM FRANCISCO TLASECA RUIZ**, realizó bajo la supervisión de este Seminario el trabajo titulado: "AMBITO JURIDICO DEL SERVICIO DE PAQUETERIA Y MENSAJERIA EN MEXICO", con la asesoría del LIC. JOSE LUIS HERNANDEZ MARTINEZ, que presentará como tesis para obtener el título de Licenciado en Derecho.

El mencionado asesor nos comunica que el trabajo realizado por dicho alumno reúne los requisitos reglamentarios aplicables, para los efectos de su aprobación formal.

En vista de lo anterior, comunico a usted que el trabajo de referencia puede ser sometido a la consideración del H. Jurado que habrá de calificarlo.

Por sesión del día 3 de febrero de 1998 del Consejo de Directores de Seminario se acordó incluir en el oficio de aprobación de tesis la siguiente leyenda que se hace del conocimiento del sustentante:

"El interesado deberá iniciar el trámite para su titulación dentro de los seis meses siguientes (contados de día a día) a aquél en que le sea entregado el presente oficio, en el entendido de que transcurrido dicho lapso sin haberlo hecho, caducará la autorización que ahora se le concede para someter su tesis a examen profesional, misma autorización que no podrá otorgarse nuevamente sino en el caso de que el trabajo recepcional conserve su actualidad y siempre que oportuna iniciación del trámite para la celebración del examen haya sido impedida por circunstancia grave, todo lo cual calificará la Secretaría General de la Facultad".

Atentamente,
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU".
Ciudad Universitaria, a 22 de septiembre del año 2003.

DR. ALBERTO FABIAN MONDRAGON PEDRERO.
DIRECTOR.



FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE DERECHO MER.

c.c.p. Secretaría General de la Facultad de Derecho.
c.c.p. Archivo Seminario.
c.c.p. Alumno.
AFMP/*rga.

A DIOS:

**PRIMERAMENTE, PORQUE SIEMPRE HA ESTADO CONMIGO,
POR CONCEDERME EL MILAGRO DE LA VIDA
Y PERMITIRME LLEGAR HASTA ESTE DÍA,
ALCANZANDO UNA DE MIS METAS MÁS ANHELADAS.**

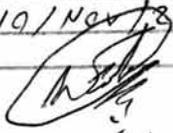
325012

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: William Francisco

Traseca Ruiz

FECHA: 10/Nov/2003

FIRMA: 

**MI SEÑOR JESUCRISTO, MI VIRGEN MARÍA:
POR SU PRESENCIA A LO LARGO DE MI VIDA,
POR ILUMINAR MI CAMINO, Y POR LOS FAVORES
OTORGADOS. GRACIAS.**

A MIS PADRES:

**DORA MARÍA RUIZ ZARAGOZA Y FRANCISCO TLASECA ESPINAL,
POR SU VALIOSO EJEMPLO DE VIDA Y SUS ENSEÑANZAS,
CON SUS CONSEJOS HE SUPERADO INNUMERABLES OBSTÁCULOS,
Y HE LLEGADO HASTA DONDE CREÍA ERA IMPOSIBLE LLEGAR,
Y POR OTORGARME LA MÁS GRANDE HERENCIA A LA QUE UN HIJO
PUEDE ASPIRAR: MI LICENCIATURA.
COMO UN HUMILDE HOMENAJE, AHORA QUE AUN ESTÁN
CONMIGO, LOS AMO... ENHORABUENA.**

A MIS HERMANOS:

JEANNETTE Y NOÉ CUAUHEMOC, POR TODO ÉSTE TIEMPO QUE HEMOS VIVIDO JUNTOS, POR SU APOYO, LAS GRANDES EXPERIENCIAS QUE HEMOS VIVIDO Y LAS QUE AÚN NOS ESPERAN, Y SOBRE TODO, POR HABER CREÍDO EN MI TODOS ESTOS AÑOS, EXHORTÁNDOLOS A QUE NUNCA SE RINDAN, Y ALCANCEN SUS METAS, LOS QUIERO MUCHO.

*A LA GLORIOSA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Y A SU FACULTAD DE DERECHO:*

*EN LA QUE ME HE FORJADO, CON AYUDA DE SUS CATEDRÁTICOS,
COMO HUMANO Y COMO PROFESIONISTA, POR DARMÉ LA OPORTUNIDAD
DE REALIZAR ÉSTE SUEÑO EN SUS AULAS A LO LARGO DE ÉSTOS AÑOS.*

A MI ASESOR:

*LIC. JOSE LUIS HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, POR SU AMISTAD, PACIENCIA Y
APOYO INCONDICIONALES EN ESTE TIEMPO, GUÍA GENEROSA A LO
LARGO DE ÉSTA INVESTIGACIÓN.
GRACIAS POR SUS CONSEJOS Y CONOCIMIENTOS.*

*FUNDACIÓN ALBERTO Y DOLORES ANDRADE, I. A. P.
INSTITUCIÓN ALTRUISTA Y HUMANITARIA QUE ME OFRECIÓ SU
GRAN AYUDA A LO LARGO DE MI VIDA ACADÉMICA,
Y SIN LA CUAL ESTE CAMINO HUBIESE SIDO MÁS DURO DE ANDAR.
INFINITAMENTE MUCHAS GRACIAS.*

*A MIS AMISTADES Y FAMILIARES QUERIDOS:
HAN SIDO Y SIEMPRE SERÁN PARTE VITAL
EN MI DESARROLLO Y SUPERACIÓN PERSONAL
Y PROFESIONAL, GANÁNDOSE UN ESPACIO EN
MI MENTE Y MI CORAZÓN POR SIEMPRE.*

*ESPECIALES AGRADECIMIENTOS A:
ANTONIA, DANIEL, EFRAÍN, FLOR, INÉS, KARMINA,
MARISOL, MARISSA, MARTHA, MÓNICA Y VIRGINIA;
POR SU INCONDICIONAL AMISTAD, SU SOLIDARIDAD,
LAS EXPERIENCIAS COMPARTIDAS, Y POR SU APOYO
EN LA ELABORACIÓN DE ÉSTA TESIS, LOS QUIERO
Y TENGO EN UN LUGAR MUY ESPECIAL DE MI SER.*

QUERER ES PODER

SI PIENSAS QUE ESTÁS VENCIDO, LO ESTÁS;
SI PIENSAS QUE NO TE ATREVES, NO LO HARÁS;
SI PIENSAS QUE TE GUSTARÍA GANAR
PERO NO PUEDES, NO LO LOGRARÁS;
SI PIENSAS QUE PERDERÁS, YA HAS PERDIDO;
SI PIENSAS QUE ESTÁS AVANTAJADO, LO ESTÁS;
PORQUE EN EL MUNDO ENCONTRARÁS QUE EL
ÉXITO COMIENZA CON LA VOLUNTAD DEL HOMBRE,
TODO ESTÁ EN EL ESTADO MENTAL.
PORQUE MUCHAS CARRERAS SE HAN PERDIDO
ANTES DE HABERSE CORRIDO,
Y MUCHOS COBARDES HAN FRACASADO
ANTES DE HABER SU TRABAJO EMPEZADO.
PIENSA EN GRANDE Y TUS HECHOS CRECERÁN;
PIENSA EN PEQUEÑO Y TE QUEDARÁS ATRÁS;
PIENSA QUE PUEDES Y PODRÁS,
TODO ESTÁ EN EL ESTADO MENTAL.
TIENES QUE PENSAR BIEN PARA ELEVARTÉ,
TIENES QUE ESTAR SEGURO DE TI MISMO
ANTES DE INTENTAR GANAR UN PREMIO.
LA BATALLA DE LA VIDA NO SIEMPRE LA GANA
EL HOMBRE MÁS FUERTE O EL MÁS LIGERO,
PORQUE TARDE O TEMPRANO, EL HOMBRE QUE GANA
ES AQUEL QUE CREE PODER HACERLO.



CONTENIDO TEMÁTICO

"ÁMBITO JURÍDICO DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA EN MÉXICO".

INTRODUCCIÓN	V	
CAPITULO 1.		
<u>ASPECTOS TEÓRICOS DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA</u>		
1.1	CONCEPTOS PRELIMINARES	1
1.2	ANTECEDENTES	5
1.2.1	EXTRANJEROS	6
1.2.1.1	ÉPOCA ANTIGUA	6
1.2.1.1.1	ORIENTE	7
1.2.1.1.2	GRECIA	9
1.2.1.1.3	ROMA	11
1.2.1.2	EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO	12
1.2.1.3	ÉPOCA ACTUAL	15
1.2.2	NACIONALES	18
1.2.2.1	PREHISPÁNICOS	18
1.2.2.2	COLONIALES	22
1.2.2.3	MÉXICO INDEPENDIENTE	24
1.2.2.4	PORFIRIATO	27
1.2.2.5	ÉPOCA CONTEMPORÁNEA	28
1.3	NATURALEZA JURÍDICA	30

1.4	ELEMENTOS PERSONALES	33
1.4.1	CARGADOR O USUARIO	33
1.4.2	PORTEADOR O EMPRESA TRANSPORTISTA	34
1.4.3	CONSIGNATARIO DESTINATARIO	35
1.5	ELEMENTOS FORMALES	36
1.5.1	CARTA DE PORTE	36
1.5.2	ACUSE DE RECIBO	42
1.6	ELEMENTOS REALES O MATERIALES	44
1.6.1	PAQUETE O MENSAJE	44
1.6.2	PRECIO PACTADO	45
1.7	MODALIDADES	46
1.7.1	VÍA TERRESTRE	46
1.7.2	VÍA AÉREA	47
1.8	RELACIÓN Y SIMILITUDES CON EL SERVICIO POSTAL O CORREO	48

CAPITULO 2.

REGULACIÓN JURÍDICA DE LA PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA COMO UN CONTRATO DE TRANSPORTE DE COSAS.

2.1	LEGISLACIÓN NACIONAL APLICABLE	51
2.1.1	CÓDIGO DE COMERCIO	52
2.1.2	LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	54
2.1.3	LEY DE VÍAS GENERALES DE COMUNICACIÓN	56
2.1.4	LEY DE CAMINOS, PUENTES Y AUTOTRANSPORTE FEDERAL Y SU REGLAMENTO	58

2.1.5	JURISPRUDENCIA DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN	60
2.2	APLICACIÓN DE LAS DISPOSICIONES DE LA CARTA DE PORTE A LA PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.	64
2.3	DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES	66
2.3.1	DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL USUARIO (CARGADOR)	67
2.3.2	DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LA EMPRESA DE MENSAJERÍA O PAQUETERÍA (TRANSPORTISTA)	70
2.3.3	DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL DESTINATARIO	73
2.4	REQUISITOS Y CONDICIONES LEGALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA	74
2.5	FORMALIDADES Y CONDICIONES DE TRANSPORTE	80
2.5.1	FORMATOS COMÚNMENTE EMPLEADOS	81
2.5.2	CONDICIONES DE TRANSPORTE DURANTE EL DESPLAZAMIENTO	82
2.5.3	SEGURO APLICABLE CONTRA DAÑOS	84
2.6	PAGO Y EFECTOS DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA	86

CAPITULO 3.

OPERACIÓN Y PROBLEMÁTICA EN EL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.

3.1	EVENTUALIDADES E INCUMPLIMIENTO DEL SERVICIO	88
3.1.1	POR CAUSAS INHERENTES AL CARGADOR	89
3.1.2	POR CAUSAS INHERENTES A LA EMPRESA TRANSPORTISTA	90
3.1.3	POR CAUSAS DE FUERZA MAYOR O CASO FORTUITO	93

3.2	RESPONSABILIDAD DE LAS PARTES Y LIMITACIONES	94
3.3	INDEMNIZACIÓN Y REEMBOLSO	97
3.3.1	DETERMINACIÓN DE LA INDEMNIZACIÓN	99
3.3.2	PÉRDIDA DEL DERECHO A LA INDEMNIZACIÓN	100
3.4	ACCIONES DE REPARACIÓN	101
3.4.1	DAÑO REPARABLE	103
3.4.2	DAÑO IRREPARABLE	103
3.4.3	LEGITIMACIÓN Y PERSONALIDAD PARA EJERCER LA ACCIÓN	104
3.4.4	APLICACIÓN DEL ARBITRAJE PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS	107
3.4.5	PRUEBAS Y DOCUMENTACIÓN	111
3.4.6	PRESCRIPCIÓN	111

CAPITULO 4.

COMENTARIOS Y PROPUESTAS SOBRE EL ÁMBITO JURÍDICO DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.

4.1	REGULACIÓN JURÍDICA	114
4.2	CONDICIONES GENERALES (PACTADAS POR LAS PARTES)	116
4.3	SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS POR LAS PARTES SIN RECURRIR AL ARBITRAJE	117
4.4	AVANCES INFORMÁTICOS Y SUS PERSPECTIVAS EN LA MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA	120
	CONCLUSIONES	126
	BIBLIOGRAFÍA	130
	OTRAS FUENTES	132

INTRODUCCIÓN

En México, el servicio de mensajería y paquetería, como en el resto del mundo, es una actividad trascendente que coadyuva con el acelerado desarrollo de diversas áreas de la actividad humana, primordialmente en materia de comunicación y comercio, alcanzando una demanda inusitada debido al alto grado de calidad que hoy ostenta, por lo que se ha vuelto indispensable en todo el mundo.

El estudio del servicio de mensajería y paquetería materia de la presente investigación, se constreñirá sólo a México, y exclusivamente a la rama de carácter mercantil.

Por exigencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la empresa que lo presta debe constituirse una como sociedad mercantil, esto es, como persona moral con carácter de comerciante, cuyo objetivo primordial será la prestación del servicio de mensajería y paquetería, que atienda la necesidad de una persona física o moral a la que se le denominará remitente usuario, para llevar en su nombre una multiplicidad de objetos a su destinatario, tan cerca o tan lejos como estos se encuentren.

El tema en estudio se eligió debido a la importancia mercantil que conlleva el servicio de mensajería y paquetería, esto en virtud de la actividad económica que aglutina en su desempeño, así como a la poca atención que ha merecido por parte de los tratadistas y estudiosos; y más aún de las entidades y órganos gubernamentales que intervienen en la práctica del servicio, toda vez que en México no hay una regulación jurídica que lo regule específicamente.

Las principales investigaciones desarrolladas para realizar el presente estudio, consistieron en la búsqueda de material bibliográfico y documental, exclusivo de la actividad propia de las comunicaciones y transportes, que resulta aplicable al servicio de mensajería y paquetería, presentándose la necesidad de remitirse en primera instancia, a lo disponible respecto al contrato de transporte mercantil y a la carta de porte, figuras íntimamente ligadas al servicio en cuestión; y en segunda instancia, a la realización de diversas investigaciones de

campo, en los órganos administrativos competentes y en varias empresas de mensajería y paquetería, a fin de comparar su funcionamiento, efectuando incluso la contratación de sus servicios, para verificar personalmente la forma en que se efectúa en la práctica contemporánea.

Así, en el capítulo Primero de la presente tesis, se estudian los antecedentes remotos del contrato de transporte, que datan de hace milenios, que si bien no tienen mucho que ver con el de mensajería y paquetería que se desarrolla en la actualidad, si se constituyen en su esencia.

En dicho capítulo, se observa lo que debe de entenderse por el actual servicio de mensajería y paquetería, y su naturaleza jurídica; se estudian sus elementos personales, que son el usuario, la empresa y su destinatario; sus elementos formales y elementos materiales; y se analizan las modalidades en que se presta el servicio, esto es, por las vías terrestre y aérea.

En el capítulo Segundo, se estudia la legislación y fuero aplicable al servicio de mensajería y paquetería, destacándose el escaso contenido normativo que regula al mismo. Se analizan de manera particular los derechos y obligaciones propios de las partes contratantes (usuario, empresa y destinatario), observándose la responsabilidad de las partes en el supuesto de presentarse alguna deficiencia, incumplimiento o irregularidad; y se analizan los requisitos que necesita cubrir el interesado en prestar el servicio en cuestión, para obtener su autorización ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Al abordarse el capítulo Tercero, se tratan las formalidades y condiciones más comunes en la contratación de la mensajería y paquetería; lo relativo a los embalajes y condiciones de transporte del envío o cosa. Asimismo, se analizan las acciones de reparación y seguros relacionados con las empresas de mensajería, aludiendo al arbitraje contemplado en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Finalmente, en el capítulo Cuarto, se diserta sobre la regulación jurídica aplicable, y a las condiciones generales del servicio de mensajería y paquetería. Tocando el tema de la

solución de controversias y conflictos entre las partes contratantes del servicio de mensajería y paquetería, también se hace referencia a los notables avances informáticos producidos en estos últimos años, tanto en México como en el resto del mundo.

Se espera que la presente investigación sea considerada en cuenta, como antecedente y complemento en un estudio más profundo, con la finalidad de lograr una regulación más eficaz del servicio de mensajería y paquetería agradeciendo de antemano al personal de las instituciones educativas y gubernamentales la información brindada para realizar ésta investigación, así como al personal docente del seminario de derecho mercantil de ésta noble Facultad de Derecho, ya que sin su colaboración y apoyo, ésta investigación no hubiera sido posible.

CAPITULO 1

ASPECTOS TEÓRICOS DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.

1.1 CONCEPTOS PRELIMINARES.

Comenzar el presente estudio, implica tener una visión clara del concepto de los términos **mensajería** y **paquetería**, y de lo que debe entenderse de los mismos.

Así, el Diccionario de la Lengua Española define al término mensajería como un "carruaje que para servicio público hace viajes periódicos a puntos determinados. Empresa o sociedad que los tenía establecidos. Aplíquese también a los buques que periódicamente navegan entre puertos determinados"¹.

¹ Diccionario de la Lengua Española, Tomo I. Editado por la Real Academia de la Lengua Española, Madrid, 1989. p. 898.

Dicha definición resulta ambigua para la actualidad, aunque seguramente al elaborarse fue acorde a su época. Sin embargo se acerca bastante a la naturaleza y razón del objeto de estudio, en virtud de que establece la utilización de un vehículo destinado a realizar recorridos constantes, como servicio público (que actualmente puede ser de naturaleza privada).

En segundo término, el concepto aludido hace referencia a una empresa con la característica de prestar el servicio de viajar y que, como se puede entender, es su objetivo en la actualidad, al llevar consigo correspondencia.

En tercer lugar, se mencionan buques y naves mercantes, que si bien es cierto son medios de transporte masivo y de correspondencia, en una ciudad lejana al mar no resulta tan fácil considerarlos como medio para llevar a cabo el servicio actual de paquetería o mensajería, ya que hoy en día se utilizan otros medios más adecuados para efectuarlo, resumiéndose el concepto en estudio a la intención de realizar un transporte llevando por lo regular correspondencia.

Por otra parte, la Gran Enciclopedia Larousse define a la mensajería como "... transporte público en servicio periódico ... Transporte por ferrocarril a gran velocidad. Se efectúa en trenes que circulan a velocidades superiores a las de los trenes de mercancías del régimen ordinario o pequeña velocidad"².

En el Diccionario del Español Actual, se define a la mensajería como una "agencia privada encargada de repartir correspondencia y paquetes. Sistema de transmisión de mensajes"³

Estas definiciones son ciertamente aplicables y se acercan al objeto del presente estudio, ya que en la actualidad y en la práctica, dicho servicio se presta comúnmente tanto por una entidad privada, como por un organismo gubernamental, repartiendo a lugares

² Gran Enciclopedia Larousse. Tomo 15. primera edición, editorial Planeta. Barcelona. 1990. p. 7165.

³ Seco, Manuel, y otros. Diccionario del Español Actual. Vol. II, primera edición, Grupo Santillana de Ediciones. Madrid. 1999. p. 3035.

determinados documentación y paquetes, a cambio de una contraprestación, notándose que la misma definición alude además a un sistema de envío de mensajes, que se asemeja a la mensajería electrónica, la cual se envía por medio de la llamada "Internet", así como a la figura del mensajero, que según la misma obra, en el lugar citado, es la persona que tiene como objetivo fundamental llevar a su destino cartas y paquetes.

También debe entenderse que un mensaje, en estricto sentido, es una combinación de signos o señales que tienen un significado, por lo que todo proceso de transmisión de un mensaje, es llamado comunicación; y un acto de comunicación supone inevitablemente el paso de un mensaje desde un emisor hasta un receptor, por lo que sin estos tres elementos no puede haber comunicación. Así, un mensaje también debe entenderse como un acto o encargo de decir o llevar algo, aparte de que también puede constituir un elemento material o documento que plasme dicho mensaje.

El concepto de mensajero, comprende a aquella persona que lleva mensajes que le han sido encomendados (sea de manera verbal o escrita), siendo esta la función o actividad que desempeña y para la que ha sido contratado por una persona física o moral encargada de dar el servicio en cuestión. A esta persona, dependiendo la entidad o persona que lo contrató, también se le denomina cartero, emisario, mandadero o recadero, teniendo otras responsabilidades, así como derechos y obligaciones hacia la persona o empresa que lo contrató, y no así hacia el cliente o usuario del servicio.

Los conceptos antes referidos hacen alusión a quien presta el servicio de mensajería, así como al medio por el cual se llevan los mensajes, más no hay clara referencia a la actividad en sí, situación que obstaculiza este estudio, por lo que, desde un punto de vista personal del sustentante, se aclara que el servicio de mensajería, es la actividad mediante la que una persona llamada cargador o usuario, contrata los servicios de otra persona llamada porteador o empresa mensajera, a efecto de que un mensaje sea transportado o enviado, hacia otra persona llamada destinatario o beneficiario, esto a cambio de una contraprestación, efectuándose el servicio mediante otra persona llamada mensajero, pero que no es parte en el contrato; por lo tanto, el servicio se efectúa mediante la actividad del transporte que

realiza el mensajero a través de un vehículo, y dependiendo el medio de transporte utilizado, será la modalidad por la que se prestará el servicio, ya sea vía terrestre, aérea o marítima.

En cuanto al término paquetería, el ya citado Diccionario de la Lengua Española define como " género menudo de comercio que se guarda o vende en paquetes. Comercio de éste género "⁴.

Como se ve, esta definición no aporta en sí las características del servicio objeto de este estudio, sino que se refiere a un acto de tipo comercial, que bien puede aplicarse al contrato de compraventa, y por ello, en la misma obra se consultó la definición del término "paquete", el que se concibe como un "lío o envoltorio bien dispuesto y no muy abultado de cosas de una misma o distinta clase. Conjunto de cartas o papeles que forman mazo, o contenidas en un mismo sobre o cubierta. Paquete postal: El que se ajusta a determinados requisitos y se envía por correo "⁵.

En el Diccionario del Español Actual se define a la paquetería como "... paquetes o conjunto de paquetes. Mercancía que se guarda o vende en paquetes ..."⁶.

Visto lo anterior, a título personal del sustentante, se puede entender que la paquetería, al igual que el servicio de mensajería, es una actividad por la cual una persona denominada cargador o usuario encomienda a otra llamada porteador o paquetero, una cosa (paquete) a efecto de que sea entregada a un tercero, denominado destinatario, en buenas condiciones y en un tiempo determinado, a cambio de una contraprestación económica.

Ahora bien, el término paquete se puede entender como el objeto o cosa que se va a transportar de un lugar a otro, siendo por lo general un artículo de dimensiones y peso específico, determinado por la empresa encargada de prestar el servicio, detallándose específicamente los criterios para aceptar un objeto en relaciones o listados, a disposición del usuario y elaborados precisamente por la empresa prestadora del servicio.

⁴ Diccionario de la Lengua Española. Op. Cit. p. 1009

⁵ Idem.

⁶ Diccionario del Español Actual. op. Cit.. p. 3380 y 3381.

Se ha tenido que recurrir a diversos diccionarios y enciclopedias, en virtud de que la doctrina consultada no conceptúa las figuras de la mensajería y la paquetería, siendo su estudio bastante superfluo, y hasta ignorado o confundido con el correo y el transporte de cosas.

Hoy día, dicho servicio es una de las figuras que más rápidamente ha evolucionado y sobresalido en el siglo XX, destacándose por su celeridad, eficacia, y alcance internacional, en virtud de lo cual, merece una especial atención tanto en el ámbito comercial, como en el jurídico, campo en el que no se le ha dado la atención, ni importancia merecidas a ésta figura representativa de los actuales tiempos caracterizados por el dinamismo, la competencia y la globalización comercial sin fronteras.

En la actualidad, el servicio de mensajería como el de paquetería, que se refieren indistintamente a la actividad consistente en el transporte o envío de un lugar geográfico a otro, de artículos y documentos de naturaleza diversa, va a prestarse por una persona o empresa de naturaleza comercial, hacia el público en general, que será el usuario del servicio, a efecto de que le sean encomendados documentos (mensajes) y artículos (paquetes), para que sean entregados a un destinatario, mediante el respectivo pago o contraprestación económica.

Finalmente, se precisa que, en particular, el servicio de paquetería se refiere al transporte de artículos físicos, con una amplia gama de dimensiones, cantidad y peso, mientras que la mensajería hace alusión al transporte de documentos diversos de cualquier naturaleza, salvo los expresamente prohibidos por la ley aplicable.

1.2 ANTECEDENTES

El estudio y análisis de la historia tiene en toda materia importancia relevante, por ello, cualquiera que sea el origen de las instituciones contemporáneas, éstas se relacionan con otras figuras del pasado, las que sencillamente se han adaptado a las necesidades actuales, y

es por eso, que algunas características de las figuras jurídicas modernas no se explican sino a través de su pasado.

Existe una amplia gama de los medios de transporte, que resulta tan extensa como los vehículos que sirven para llevarla de un lado a otro. En principio los primeros precedentes que vienen a la imaginación, son los transportes primitivos, en los orígenes de la civilización, limitados por su momento a la transportación por vía terrestre, en el entendido que se trata tanto de transportes ocasionales, como de transportación organizada; comprendiéndose esencialmente, los transportes de personas a hombro, y utilizando animales; así como los transportes de cargas acarreadas por deslizamiento. De manera casi paralela también aparece el transporte por vía fluvial, desarrollándose éste, sobre el caudal de ríos y lagos, mediante balsas y troncos, a efecto de transportar satisfactores en general indispensables para cierta congregación de individuos.

1.2.1 ANTECEDENTES EXTRANJEROS

1.2.1.1 ÉPOCA ANTIGUA.

En este apartado se mostrará un breve análisis de los antecedentes más sobresalientes, tanto de la institución del servicio de paquetería y de mensajería, como también del contrato de transporte, en sus modalidades terrestre y marítima, figura elemental y básico para fundamentar un panorama más amplio y sólido de sus antecedentes.

En un enfoque comercial, es precisamente en ésta época donde el intercambio, fue en realidad un fenómeno meramente ocasional, y éste se llegaba a dar mediante incipientes intercambios, representados por lo general a través de pequeñas embarcaciones, en lo que a términos marítimos se refiere, y por medio de caravanas constituidas por animales de carga guiadas por grupos de comerciantes, en lo que a modalidad terrestre respecta; por tanto, se

tiene que prácticamente no hay referencias históricas entre la población civil del servicio materia de este estudio, en tales épocas.

Con relación a la **modalidad marítima** del transporte, es de destacarse que a lo largo de la historia del hombre, los espacios acuáticos "... representaron en todo tiempo y lugar una vía de comunicación de inapreciable valor a la par que una fuente natural de aprovechamiento económico, el mar fue la vía más cómoda y más corta entre países costeros limítrofes..."⁷; por éste medio, se efectuó un alto porcentaje del naciente comercio de la época antigua entre particulares y culturas, aunque si se alude al servicio de mensajería y paquetería, se pudo haber efectuado mediante una especie de "correo primitivo", sea entre particulares o entre gobernantes, apoyándose esto en que para la época antigua, las embarcaciones presentaban cierto grado de desarrollo para efectuar el servicio entre particulares o altos funcionarios, aunque obviamente que las necesidades de esos tiempos no requerían mucho del servicio de mensajería y paquetería.

1.2.1.1.1 ORIENTE.

La comunicación es una necesidad natural presente en todas las culturas humanas. Por ello, "... se han buscado muchas maneras de mantener contacto con aquellos que se encuentran a distancia. El uso de animales, como es la paloma mensajera, se conoce desde tiempos remotos; se sabe que ya eran adiestradas por egipcios, babilonios, y posteriormente griegos y romanos. El uso de mensajeros y correos se remontan también a la antigüedad. El mensaje más antiguo del que se tiene noticia es una tablilla de arcilla que data del año 4000 antes de cristo, y proviene de la cultura babilónica. En el Egipto faraónico, mensajes escritos en papiros eran transportados a pie, o navegando el río Nilo en embarcaciones angostas"⁸.

Suele admitirse que hace aproximadamente "... 2,000 años antes de la era cristiana los correos tenían en Egipto una raigambre honda. Para la transmisión de noticias los faraones

⁷ Beltrán Montiel, Luis. Curso de derecho de la navegación. Ed. Astrea. Buenos Aires. 1992. p. 13.

⁸ Cfr. La Quinta Casa de Correos. Crónica del Servicio Postal Mexicano. Ediciones Miguel Ángel Porrúa, México. 1990. p. 24.

disponían de secretarios y mensajeros que conocían las lenguas de los países por donde habían de pasar, y los pliegos de los papiros eran llevados por correos de a pie⁹.

El oriente parece ser referencia básica en los lineamientos que ha seguido la civilización, entendiéndose por éste toda la región geográfica que comprende el Continente Asiático, o sea, desde la Península Arábiga o Medio Oriente hasta la isla de Japón.

Dentro de los distintos tipos de servicios de comunicación utilizados en la antigüedad, "el más notable fue el sistema de relevos del Imperio persa (1500 a 300 a. C.). Jinetes a caballo (llamados *angareion*) transportaban mensajes escritos de una estación de relevos a otra. Basándose en este sistema, los romanos desarrollaron (siglos VII a III A. C.) su propio sistema de postas (del latín *positus*, 'puesto'), de donde procede el término actual servicio postal ..."¹⁰. Así, el cronista griego Heródoto decía que "... nada se hacía en la tierra con más velocidad que la transmisión de mensajes en Persia. Formaban una especie de cadena de mensajeros e iban pasando por escrito o verbalmente el mensaje. Los correos persas son los que más se asemejan a los primitivos correos en América ..."¹¹, de los que se hablara en su momento. Y precisamente sobre el sistema de mensajes entre los persas, Jenofonte, cronista de la época, refiere en su obra *Anábasis* (año 386 a. C.) que una de las invenciones del Rey Ciro para asegurar el gobierno efectivo dentro de su vasto imperio fue "el medio de saber sin demora lo que pasaba en los más lejanos lugares: el soberano ordena colocar a lo largo de los caminos a hombres entrenados para correr grandes distancias, como 80 kilómetros por día, y resistir inclemencias de la naturaleza. Bajo el mismo imperio de Ciro, se establecieron postas llamadas *angarias* las que, escalonadas, cubrían los caminos del ejército "¹².

Mucho antes de la conquista romana, los galos disponían del servicio de los mensajeros: un servicio de corredores por relevos, de los que no hay detalladas referencias, aseguraba la

⁹ Gutiérrez Álvarez, Secundino José. *Las Comunicaciones en América*. 1ª edición. Editorial MAPFRE. Madrid. 1993. p. 315.

¹⁰ Cfr. "Comunicación". *Enciclopedia Microsoft Encarta 2003*. CD-Rom. Creado por Microsoft Corporation. México. 2003.

¹¹ Cfr. Gutiérrez Álvarez, Secundino José. *op. Cit.* p. 315.

¹² Cfr. *La Quinta Casa de Correos*. *Op. Cit.* p. 24.

transmisión rápida de noticias desde el poblado de Auvergne hasta Orleáns, territorio de la actual Francia, esto en una sola jornada ¹³.

Haciendo referencia al Asia Central, se cuenta con que el Imperio Mongol (siglos XIII a XV d. C.), representado por el célebre Gengis Kan, también conocido como Timuyin (1167 – 1227 d. C.), también contó con un eficaz sistema de mensajeros, el que tuvo gran importancia para el control político del imperio, ya que "...a medida que fue creciendo el tamaño y el alcance del ejército y del Estado, Gengis Kan iba reclutando escribas, registradores y recaudadores de impuestos. Para mantenerse informado sobre su imperio, Gengis estableció un sistema de comunicaciones denominado *yam*, que estaba basado en el establecimiento de estaciones de postas a lo largo y ancho de su vasto imperio. Por estas rutas, las noticias y la información críticas viajaban prácticamente sin parada hasta llegar al kan. Este servicio de correo estaba formado por estaciones de descanso con caballos y jinetes frescos dispuestas a intervalos regulares a lo largo de las principales rutas de viaje. Todos los embajadores y mensajeros del kan podían utilizar las estaciones de *yam* para alimentarse, alojarse y cambiar de caballo en sus viajes de ida y vuelta a visitar al kan en misión oficial. El sistema *yam* no sólo facilitaba la rápida difusión de noticias a lo largo y ancho del gran imperio, sino que también fomentaba el transporte y el comercio por el vasto territorio controlado por los mongoles ¹⁴: de lo anterior dio testimonio el explorador veneciano Marco Polo, el que se asombró ante tal organización del servicio de mensajeros a caballo (siglo XIII).

1.2.1.1.2 GRECIA

Los griegos antiguos, además de su alto grado cultural y tecnológico que los ha destacado y caracterizado a lo largo de la historia de la humanidad, sobresalieron como un pueblo navegante por excelencia, con una gran cantidad de embarcaciones, marcando una hegemonía en el Mediterráneo y el Mar Negro, que duró siglos, así como una casta de

¹³ Cfr. Gran Larousse Universal. Tomo 11. 1ª edición. Plaza & Janes Editores. Barcelona. 1981. p. 3260.

¹⁴ Cfr. "Mongoles" Enciclopedia Microsoft Encarta 2001. op. cit.

guerreros de gran fortaleza y poder en la región. Grecia recurrió a mensajeros, en su mayor parte a pie, en razón de las pequeñas distancias a recorrer y del carácter montañoso del país. Cada ciudad disponía de sus mensajeros para comunicarse con las villas

En las esferas del poder del Estado "el ejército ateniense comprendía también toda clase de servicios auxiliares, como el de los correos, llamados HEMERODROMAS, por cuanto para llevar a cabo sus misiones de enlace o llevar las nuevas noticias a Atenas, debían ser capaces los mensajeros de correr todo el día (llamados Hemera) antes de entregar el mensaje a otro mensajero (relevo). Para transmitir con rapidez las noticias importantes, los griegos no empleaban únicamente correos, sino también señales luminosas, usando objetos reflejantes que, gracias a retransmisiones, constituían una verdadera red de "telegrafía óptica"¹⁵.

Sobre los mensajeros griegos, destaca el caso del mensajero Filípides, conocido como "el corredor o mensajero de Maratón" (año 490 a. C.), el cual fue enviado a la ciudad de Esparta por los atenienses, a efecto de informar sobre la victoria en contra de la invasión que realizaban los persas en su territorio, cubriendo cerca de 225 kilómetros, y al llegar a su destino dio el mensaje relativo a la victoria en la Batalla de Maratón, narrando las crónicas, y en cuanto dio dicho mensaje, el mensajero cayó muerto.¹⁶

Se tiene entonces que en ésta época aún no hay antecedentes sólidos del servicio de mensajería entre particulares, tal y como se le conoce en la actualidad, reduciéndose esto a los contactos necesarios entre los altos funcionarios en el poder, las castas militares, y en un ámbito civil, a simples intercambios comerciales entre los diversos comerciantes de las regiones con las que había contacto.

¹⁵ Cfr. Robert Flaceliere. *La Vida Cotidiana en Grecia*. Hachette, S. A. Buenos Aires. 1967. p. 289.

¹⁶ Cfr. Chester G. Starr. *Historia del Mundo Antiguo*. Akal editor. Madrid. 1974. p. 315.

1.2.1.1.3 ROMA

El enorme desarrollo de este imperio, que trascendió en el curso de la historia de la humanidad, hizo especialmente vital la necesidad de las comunicaciones entre la ciudad de Roma y los ejércitos romanos dispersados por Europa. Por lo anterior, se organizó en épocas de Augusto el "Cursus Publicus" o transporte de los mensajes del Estado, a cargo del mismo, al lado del cual funcionaban empresas privadas especialmente contratadas, a las que se les conocía como las "angariae"¹⁷, teniendo éstas, funciones de mensajería exclusivamente para fines militares y de interés del Estado; las estaciones se instalaron en intervalos regulares a lo largo de las carreteras existentes, distinguiéndose las llamadas "mutaciones", que eran bases para relevar el tiro de caballos, y las "mansiones", que eran bases de alojamiento, revitalización, descanso y taller de reparaciones.

El medio de transporte fue por excelencia el caballo, montado por un jinete militar, o bien podía estar enganchado en un carro. Los mensajes comunes eran escritos sobre tablillas de cera, y los privados eran llevados por correo privado, esto a través de los llamados "tabellari", que eran esclavos o liberados al servicio particular de las familias nobles patricias; años después, éstos tabellari fueron legitimados para el servicio oficial del Imperio¹⁸.

A su vez, en la Roma de tiempos del citado Augusto, se tiene el antecedente de la creación de redes viarias, que permitió la introducción de diligencias postales, las cuales consistían en un servicio de carros para el transporte de personas, bagajes y mensajes.

La constante expansión del vasto Imperio Romano hacia todo el continente europeo conllevó a la construcción de más y mejores caminos y vías por los que transitaban desde luego comerciantes, civiles, mensajeros particulares y militares, mediante los que se quiso establecer una cohesión de este imperio.

¹⁷ Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana. tomo XXXIV. op. Cit. p. 724.

¹⁸ Cfr. Gran Larousse Universal. Op. Cit. p. 3260.

“Los mensajeros particulares aparecieron formalmente hasta ya bien definido el poderío romano, y cuando la seguridad de los caminos permitía cierta certidumbre al desempeño de su cometido, siendo dichos mensajeros hombres particulares previamente adiestrados física y mentalmente, que prestaban su servicio para particulares de alto nivel económico o político, contratados para enviar diversas misivas a otras personas establecidas en sitios remotos, pudiéndose valer de medios como caballos y embarcaciones para realizar su cometido”¹⁹.

Así, se observa que dicho servicio sólo lo detentaban personas con cierto estatus social, y que solía estar a su disposición, no habiendo ninguna empresa o algo que se le pareciese al que se desarrolla en la actualidad en dicha época, ni mucho menos, la facilidad de tenerlo al alcance de cualquier particular, como sucede actualmente.

Cabe anotar que la modalidad del transporte marítimo en la época del Imperio Romano era mucho más usada que los caminos terrestres, ya que estos estaban en buenas condiciones, pero eran costosos, y en ciertos períodos hasta peligrosos, en virtud de que solían ser asolados por asaltantes y grupos de rebeldes en lugares sometidos a conquista.

1.2.1.2 EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO

“A partir de la caída del Imperio Romano de Occidente, cuando sucumbió ante los pueblos germanos, (siglo V, año 476) y a consecuencia de las invasiones de los bárbaros, el mundo romano se ve perturbado en su actividad comercial, que prácticamente queda suprimida, pues el comercio se reduce tan solo a intercambios entre las personas de un mismo lugar, es decir, de un mismo centro urbano o de una población rural, personas que se concretan únicamente a tratar de satisfacer sus propias necesidades, resurgiendo el trueque”²⁰.

¹⁹ José Pijoan. op. Cit. p. 134.

²⁰ Vásquez del Mercado. Oscar. op. Cit. p. 6.

La Edad Media en Europa tuvo como fenómeno político y social, la expansión del cristianismo, reintroduciéndose algunos factores necesarios para que tanto el correo como la mensajería se ampliaran: desarrollo de la escritura y de los estudios, cuya necesidad favoreció más que nada a los clérigos, comerciantes y nobles. Como producto de ello, se observó la proliferación de las instituciones postales, auspiciadas por los reyes en turno, y para su servicio²¹.

Durante la época medieval existió el “correo de los monjes”, que permitió a diversas órdenes religiosas asegurar sus comunicaciones entre conventos. Los encargados de esta función recorrían Europa de un convento a otro. El mensaje era presentado en forma de pergaminos enrollados, llamados rotulas o rollos, que un monje mensajero entregaba al destinatario, y si dicho mensaje debían conocerlo varios monasterios, por cada lugar visitado, se le hacía un anexo o posdata a tal mensaje²².

El célebre emperador Carlomagno (742 – 814 d. C.) estableció en Italia, Alemania y Francia un sistema de postas o relevos para el envío de sus mensajes y órdenes militares, y además los merovingios y los carolingios, en Francia, tuvieron también su “Cursus Publicus” (así llamaban los romanos a tal servicio), que fue organizado y prestado por el Estado, durante los siglos VII a X d. C., y solo para fines oficiales del mismo²³.

También durante el medioevo se tienen breves referencias de los llamados “mensajeros de los señores”, que eran simples siervos portadores de mensajes, sin una preparación especial, aunque con la característica de que fungían como embajadores de su señor feudal. Los “mensajeros de las ciudades” aparecieron gracias a la emancipación de las ciudades y a la escolarización de la burguesía (siglos XII a XIII); aunque en un principio fueron reclutados para necesidades de ciertas poblaciones, y fueron dotados de un estatuto comunal, aceptaron progresivamente mensajes de particulares, en los siglos XIV y XV²⁴.

²¹ Gran Larousse Universal. Tomo 11. 1ª edición. Plaza & Janes Editores. Barcelona. 1981. p. 3260.

²² Idem.

²³ Idem.

²⁴ Idem.

Durante el siglo XIII la universidad de París, para facilitar las relaciones de los estudiantes con sus familias, creó agentes especiales. Estos se dividían en grandes y pequeños mensajeros, y se les conocía como los mensajeros de la Universidad de París. Los grandes mensajeros eran corresponsales intermediarios entre los estudiantes y sus familias. Los pequeños mensajeros, llamados también mensajeros volantes, estaban encargados de transportar las cartas, los bagajes y hasta los mismos viajeros. El célebre cardenal Richelieu (ya al final de la Edad Media) contribuyó a organizar definitivamente las mensajerías nacionales en Francia, pero sólo al servicio de la Corona ²⁵.

Al inicio del Renacimiento (siglos XIV a XVI d. C.), cuya manifestación tuvo su origen y expresión en Europa, pero con influencia en todo el mundo conocido, se tiene un resurgimiento paulatino, tanto de la actividad comercial, política, como de la actividad legislativa, que desde luego influyó considerablemente en la regulación de la actividad del transporte, ya sea por tierra o mar, y en cierto modo en el desempeño de la actividad de los mensajeros de la época.

En la Inglaterra de Enrique III se encuentra un testimonio de servicio de mensajeros reales formalmente establecido; además, se cuenta con el antecedente del servicio postal y de mensajeros de Francia, que estuvo a cargo de la Universidad de París, organizado éste en el siglo XIII, que duraría hasta el año 1720, constituyendo un intento de liberación del servicio de la tutela real.

Como acontecimiento histórico relevante, se cita que "...el descubrimiento de América, acontecido el 12 de octubre de 1492 provocó un cambio fundamental en el comercio, ya que esta se desplazó del Mediterráneo al Océano. Así, la supremacía comercial de los países mediterráneos, principalmente Italia, pasa a las naciones occidentales, España, Francia, Inglaterra, Portugal, quienes se encuentran en mejor posición geográfica para traficar con el nuevo mundo"²⁶.

Desde principios del siglo XVI, se creó el Correo Mayor de Sevilla, España, instancia que regulaba todo lo relativo a correspondencia y mensajería, habiendo dos clases de mensajeros

²⁵ Cfr. Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana. tomo XXXIV. op. Cit. p. 724.

²⁶ Cfr. Vázquez del Mercado. Óscar. op. Cit. p. 10.

o correos: los correos secretos, encargados de los sobrescritos y pliegos determinados, a entregar a ciertas personas en particular; y los correos comunes, que se limitaban a entregar la correspondencia o mensajes al funcionario respectivo, conocido este como Teniente, para que a su vez fuese entregado a su destinatario ²⁷. Asimismo, se tiene noticia que hubo incipientes antecedentes de empresas privadas de correspondencia y mensajería, más bien emparentadas con la institución del servicio postal, tales como la de Dockwra (1680) en Londres, y la de Chamousset (1759) en París. La primera llegó a contar con 500 oficinas receptoras y 7 oficinas clasificadoras en la metrópoli, donde realizaban hasta 12 entregas diarias ²⁸.

1.2.1.3 ÉPOCA MODERNA Y ACTUAL

El derecho debe evolucionar de acuerdo a la manifestación de los fenómenos que se dan en el mundo de los hechos, de lo real; y que de las adecuaciones que se hagan al mismo, dependerá su aplicación efectiva y su vigencia. Sin embargo, siguiendo los escasos avances técnicos que se dieron a lo largo de la historia, y que se desarrollaron plenamente hasta el siglo XIX, es de esperar que el derecho aplicable a la materia de los mensajeros y el transporte también haya evolucionado muy poco, conservando prácticas ancestrales. A mediados del siglo XIX, los avances tecnológicos implementaron una considerable transformación en la industria naval y terrestre, que implicaron un cambio de todo lo que a regulación jurídica del transporte se refería, con la invención de la máquina de vapor.

Lo anterior influyó decisivamente en el servicio de paquetería y mensajería como se conoce, ya que este servicio suele ser dinámico y está a la vanguardia de los constantes cambios tecnológicos, respondiendo en general a las exigencias y retos que se le presentan. Por tanto, no es sino hasta esta época, siglo XIX, cuando al fin se presentan las condiciones sociales y tecnológicas para efectuar el aludido servicio, en estricto sentido, ya que éste se

²⁷ Cfr. Manuel Carrera Stampa. La historia del Correo en México. 1ª edición, editado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. México, 1970. p. 2.

²⁸ Cfr. "Nueva Enciclopedia Universal Carroggio". 1ª edición. Carroggio S. A. Ediciones. Barcelona. 1982. p. 2524.

distingue por efectuarse de manera pronta, segura y eficaz, en beneficio de gran parte de la población.

Es principalmente en los países más desarrollados donde el servicio de paquetería y mensajería entre particulares tuvo su primera manifestación formal, dándose esto en el seno de las grandes empresas, en virtud de que surgió una imperante necesidad de tener una estrecha y eficaz comunicación tanto entre sujetos que conformaban las empresas que se encontraban físicamente separados, como entre clientes y socios en general, por lo que básicamente se tuvo la necesidad de realizar enlaces meramente locales y previamente determinados, echándose mano tanto de personal especialmente contratados para llevar a cabo las funciones de mensajero y paquetero, prestándose así el servicio de manera especializada y eficaz.

Al pasar el tiempo, estos enlaces se volvieron más complejos, crecieron en número, y se tuvo la necesidad tanto de contratar más personal especializado, como también se tomaron diversos medios de transporte para efectuar el servicio, que iban desde un caballo cabalgado por su jinete, hasta el uso de vehículos de tracción motorizada, tales como ferrocarriles, embarcaciones marítimas, y posteriormente automóviles, de acuerdo a la distancia, naturaleza y la cantidad de lo transportado; llegó un momento en el que las empresas ya no podían sufragar los gastos que les ocasionaba contratar tanto mensajeros y paqueteros, como vehículos destinados para tal cometido, por lo que surgen las primeras empresas y compañías que se avocaron a prestar profesionalmente el aludido servicio²⁹.

Un antecedente singular se encuentra en el efímero servicio de origen estadounidense llamado "Pony Express", que consistía en un "... servicio postal que cubría la ruta entre las ciudades de Saint Joseph (Missouri) y Sacramento (California), inaugurado el 3 de abril de 1860, bajo la dirección de una empresa privada, en Estados Unidos. Por tierra, el correo era transportado con rapidez a caballo, permitiéndose un máximo de diez días para realizar el viaje, y los mensajeros tenían que hacer frente a condiciones meteorológicas adversas y a la hostilidad de los indios. Después, el correo era transportado en barco hasta la ciudad de San Francisco. Se crearon estaciones que distaban entre sí unos 40 kilómetros, y cada jinete

²⁹ Cfr. www.ups.com. Op. cit.

debía cubrir una distancia de unos 120 kilómetros cada día. El servicio regular del Pony Express se vio interrumpido, y prácticamente terminado, por la construcción de la línea de la Compañía de telégrafos del Pacífico en octubre de 1861, (por lo que apenas duró año y medio). La ruta del Pony Express era muy peligrosa, pero solo se perdió una entrega postal en toda su historia".³⁰

Una figura muy especial que surge en los Estados Unidos es la de la empresa conocida como "Wells Fargo Express Company, fundada en 1852 en Nueva York, Estados Unidos, la cual tenía como actividad transportar correspondencia, mensajes y envíos, vía terrestre a través de vehículos como la diligencia y el ferrocarril, así también mediante transportes por vía marítima, tales como buques y embarcaciones modestas, valiéndose en ciertas ocasiones de compañías filiales o socias para realizar su fin, siendo ésta una de las primeras empresas de alcance internacional, llegando su influencia a México, cumpliendo sus funciones en altos estándares de calidad y eficacia, situación inusitada para esos años, y que conllevó rivalidades tanto con otras empresas de transporte de correspondencia, como en especial con el servicio de correos del Estado.

Ya para las décadas de 1920 y 1930, las empresas existentes en Estados Unidos se caracterizaron por el crecimiento, el ingenio y grandes cambios en la prestación del servicio, independientemente de la gran depresión económica de 1929, teniéndose la posibilidad de ampliar operaciones a diversas ciudades, destacando el hecho de que en los años veintes se inauguró el servicio de entregas por avión a las principales ciudades de los Estados Unidos, dando nacimiento a la modalidad de la transportación vía aérea; y para las décadas de 1940 y 1950, el crecimiento de algunas de éstas empresas se fue consolidando, con lo que una gran cantidad de pequeñas empresas, o desaparecieron por la gran competencia, o bien se fusionaron a otras, llegando a países aledaños, con lo que se dan los principios de los envíos a nivel internacional, en estricto sentido. Con los notables adelantos tecnológicos, se impulso de manera especial la modalidad del transporte vía aérea, consolidándose formalmente ésta modalidad aérea a través de los años, llegando al grado que algunas empresas pudieron disponer de sus propias aeronaves, creando inclusive líneas aérea propias, siendo este el

³⁰ Pony Express." Enciclopedia Microsoft Encarta 2003. Op. cit.

caso de empresas de tipo transnacional, como el caso de la United Parcel Services (UPS) o la Worldwide Express (DHL).

Ya para las décadas de 1970 y 1980, las citadas empresas así como otras más empresas de mensajería consolidaron su presencia en un número cada vez mayor de países en América, Europa Occidental, Medio Oriente, África, y la costa del Pacífico, manejándose una red internacional de transporte, y a partir de la década de 1990, se efectuaron inversiones millonarias destinadas a mejoras y actualizaciones tecnológicas, estos para aumentar la eficacia y rapidez del servicio, así como la ampliación del servicio a más personas, volviéndose un servicio plenamente popular,³¹ destacando empresas de renombre como United Parcel Services (UPS), Worldwide Express (DHL) y Federal Express (FEDEX), empresas extranjeras transnacionales de origen estadounidense que cuentan con una enorme infraestructura tanto de vehículos, centros de atención y recepción de artículos a enviar, redes de telecomunicaciones, así como suficiente personal capacitado; todo esto debidamente integrado, para proporcionar el servicio de manera pronta y eficaz, cumpliendo con altos estándares de calidad.

1.2.2 NACIONALES

1.2.2.1 PREHISPÁNICOS

En los orígenes de las primeras manifestaciones humanas en territorio mexicano, se realizó un reconocimiento sucesivo del territorio y de sus riquezas por parte de los primeros habitantes, por lo que "...a través de la exploración del terreno se construyeron las primeras rutas que comunicaron las diversas regiones y grupos sociales, que contribuyeron a consolidar los dominios y a delimitar sus áreas de influencia. Sobre éste conocimiento de la geografía se fundaría más adelante la red de comunicaciones terrestres ..."³².

³¹ Cfr. Página de Internet www.dhl.com. Consultada en fecha 29 de mayo de 2003.

³² Cfr. Margarita Camarena Luhrs. El transporte, ritmo de México. UNAM. México. 1985. p. 9.

"En México, entre el establecimiento de la agricultura y la aparición de la primera cultura primitiva median de quince a veinte siglos. Los olmecas, protagonistas de la primera civilización de Meso América, aparecieron hacia el siglo XIII a. C. y perduraron durante un milenio hasta el siglo III a. C. "³³.

No hay certeza sólida de la organización política de los olmecas, primera gran civilización en el actual territorio nacional, aunque es lógico que entre los poblados o ciudades que constituían tal cultura se haya sostenido un comercio floreciente, y dichas actividades se hacían acompañar por ejércitos, que defendían a los grupos o caravanas de comerciantes; lo más seguro es que debió haber existido una red básica de caminos que comunicaba cuando menos a las ciudades principales de dicha cultura, y así, la cultura olmeca se manifestó posteriormente en otras civilizaciones, siendo sus más destacadas herederas la cultura teotihuacana y la maya, y si hubo alguna actividad de mensajeros olmecas, se deduce en virtud del contacto necesario entre altos funcionarios, así como entre la clase militar, para el buen funcionamiento de los mismos, y así responder a cualquier eventualidad que se presentase.

Sobre la cultura Teotihuacana, "...se debe de comprender que aun cuando se habla de una teocracia, el comercio de larga distancia era una de las actividades regulares de esta organización política, tanto más cuanto que en la propia ciudad de Teotihuacan existían barrios de extranjeros que indiscutiblemente mantenían contacto con sus respectivas localidades ..."³⁴.

La cultura maya disfrutó de un periodo de auge largo y estable, mayor que la cultura teotihuacana, aunque también sucumbió luego de ésta; los caminos terrestres en la parte sureste de México, dada la elevada precipitación pluvial y la exuberante vegetación, son tragados rápidamente por la maleza, lo que se presume por no encontrarse un antecedente exacto, que los mayas trabajaron su comercio entre las ciudades tanto vía terrestre como lacustre (ríos y arroyos).

³³ Cfr. Roberto García Benavides. "Hitos de las Comunicaciones y los Transportes en la Historia de México". S. C. T. 1988. p. 9.

³⁴ Cfr. Roberto García Benavides. op. Cit. p. 26.

En estas culturas, si bien es cierto que no se tienen informes directos sobre mensajeros, éstos bien pudieron existir, en base a que dichas culturas eran complejas y desarrolladas, y así, la comunicación jugó un papel preponderante para la existencia y buen funcionamiento de las mismas.

Un novedoso sistema de señales y de retransmisión de éstas, que fue empleado por diversas culturas a lo largo de la historia, usado específicamente en Meso América y Árido América (actual región centro y norte de México, y sur de Estados Unidos), consistía en el empleo de señales de humo de fogatas o sonidos producidos por instrumentos de alta resonancia, tales como ciertas conchas marinas e instrumentos de madera, esto para fines militares u oficiales³⁵; Sin embargo, no fue sino hasta la llegada de los aztecas o mexicas al Valle de México aproximadamente en el año 1325 d. C., cuando la fisonomía en los ámbitos cultural, político y de comunicaciones comenzó a cambiar.

Ya en un enfoque certero sobre indicios de antecedentes del servicio de mensajería o paquetería, destaca el hecho de que "... antes de la llegada de los europeos, por los caminos de nuestro continente corrían mensajeros de las distintas noblezas y grupos dirigentes. En sus manos y vestimentas portaban mensajes que posibilitaron las guerras de conquista, el control sobre los pueblos subyugados y el gobierno de territorios cuya vastedad hacía imposible el envío de mensajes por otros medios. Estos correos (sistema de mensajeros) al servicio de los poderosos portaban las nuevas noticias de victorias o derrotas, de la llegada de extranjeros y mil y un detalles más que mantenían al gobernante en turno, informado de lo ocurrido en sus dominios " ³⁶.

Cabe hacer mención que " ningún imperio de Meso América estuvo tan bien comunicado como el azteca. El famoso mercado de Tlatelolco era abastecido fundamentalmente por mercancías transportadas en canoas; y después de la actividad comercial, las mercancías eran retiradas por agua en canoas y por tierra, usando las calzadas y calles de ambas islas, por donde los tamemes, hombres cuyo oficio era transportar objetos, cargaban y distribuían entre las casas de los mexicas lo que éstos habían adquirido durante la jornada comercial " ³⁷.

³⁵ Cfr. Roberto García Benavides. op. Cit. p. 37.

³⁶ Cfr. La Quinta Casa de Correos. Op. Cit. pp. 28 y 30.

³⁷ Cfr. Roberto García Benavides. op. Cit.. p. 38.

Dichos tamemes no eran más que personas dedicadas a cargar con todo tipo de mercancías o encargos que les eran conferidos, especializados en el ramo del comercio, requiriendo una excelente condición física, para así transportar grandes cargas, por trayectos comúnmente largos, en el menos tiempo posible; “durante la época prehispánica, aún cuando se conoció el uso de la rueda, no se utilizaron vehículos para el transporte terrestre, efectuándose el movimiento de mercancías sobre las espaldas de los cargadores o pochtecas³⁸ .

“Es hasta ésta época (siglos XV y VXI) donde se encuentra un antecedente veraz en relación al servicio de mensajería y paquetería, consistiendo en el desarrollo del correo, que exclusivamente era utilizado para fines bélicos. Los aztecas diseñaron un sistema de comunicación que se efectuaba mediante mensajeros (paynani “los que corren ligeramente” o payn en singular), y para tal propósito, había tanto estaciones permanentes como temporales, llamadas techialoyan (lugar donde se aguarda), que no eran más que una especie de torrecillas habitadas precisamente por estos mensajeros dispuestos en todo momento a ponerse en camino, las que se encontraban separadas por una distancia de 20 a 30 kilómetros, y para la que los paynani estaban entrenados a correr ininterrumpidamente; en éstas se encontraban hospedados estos mensajeros, donde llegaban y se transmitían el contenido del mensaje, ya fuese a través de códices y manuscritos o de manera verbal, según fuese la prioridad de la noticia o la forma de enterarse del hecho, esto mediante relevos de corredores, que se encontraban en dichas estaciones, y se sucedían a lo largo del camino: “códices o pinturas dobladas una sobre otra, en forma de abanico, y resguardadas con tablillas de madera, hacían el papel de mensajes o cartas, aunque lo común era que se transmitieran los mensajes de boca en boca y ocasionalmente por medio de pinturas jeroglíficas”³⁹ .

Especialmente en tiempos de guerra, los paynani vestían según lo bueno o malo de la noticia, de modo que con solo mirarlo se podía interpretar el contenido del mensaje: el cabello suelto y desgreñado significaba una batalla perdida; una victoria militar era comunicada por el payn, llevando el cabello trenzado con una cinta de color, un paño blanco ciñendo el cuerpo, una macana en la mano derecha y en la izquierda un chimalli

³⁸ Apuntes para la historia del autotransporte. 1ª edición. Editado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, S. C. T. México. 1982. p. 7.

³⁹ Manuel Carrera Stampa. Op. Cit. p. 15.

(estandarte)⁴⁰. El sistema de correos era tan eficiente que el mismo Cortés se sorprendió de que Moctezuma Xocoyotzin pudiera paladear pescados y mariscos frescos transportados desde Veracruz, el mismo día en que se le antojaban"...⁴¹.

Los paynani eran preparados con esmero, ya que debían ser hombres especialmente entrenados en las escuelas para cumplir el servicio de mensajería. En dichas escuelas (calmécac y telpuchcallis) se escogía de entre los estudiantes aquellos que sobresaliesen por sus cualidades físicas, por la agilidad de sus piernas y por su resistencia. También se les adiestraba en el conocimiento de rutas y caminos; se buscaba desarrollar su memoria visual y retentiva para la transmisión de mensajes. Su educación culminaba con enseñanza de artes de guerra para su defensa personal, dado que en su vida como mensajeros se arriesgaban a ser atacados por grupos o sujetos hostiles.

Así, este servicio de mensajería se constituyó en un rudimentario, pero eficaz sistema de comunicación de mensajes y de transporte de volúmenes reducidos (paquetes o envíos), que funcionaba de manera rápida y organizada, y otro de transporte de mercancías, también rudimentario pero práctico, con tendencia de tipo comercial, que era realizado por comerciantes viajeros (pochtecas) y cargadores (tamemes), siendo estas figuras antecedentes representativos que se enfocan al servicio de mensajería y paquetería.

1.2.2.2 COLONIALES

El descubrimiento de América fue un hecho que revolucionó el desarrollo de las comunicaciones, que influyó notablemente en la situación política, cultural, científica y social tanto de dicho continente como de Europa, quedando ambos vinculados, provocando consecuentemente que España emprendiera la que sin duda constituyó la más grande aventura europea del siglo XV.

⁴⁰ La Quinta Casa de Correos. Op. Cit. pp. 34 y 36.

⁴¹ Cfr. Roberto García B. Op. Cit. p. 42 y 43.

No mucho tiempo después de las primeras expediciones a territorio americano, siendo la primera encabezada por Cristóbal Colón en 1492, y que se realizaron los primeros reconocimientos geográficos de la región de las Antillas, de la Península de Yucatán y del Golfo de México, es cuando aparece la figura de Hernán Cortés, quién usó el servicio de los cargadores y comerciantes llamados tamemes, de los pueblos indígenas que se aliaron con él, para que transportasen las provisiones y suministros de guerra de los españoles, y enviasen mensajes a sus lugartenientes, así como los servicios de guías para que fuese conducido por senderos y vías transitables, camino a la ciudad de Tenochtitlán.

Al respecto, se señala que al llegar los españoles, "... las principales rutas de Meso América ya estaban trazadas. La acción de los colonizadores españoles consistió inicialmente en ampliar las veredas para convertirlas en caminos de herradura, por donde pudieran transitar las bestias traídas del viejo mundo y posteriormente carretas"⁴². Así, "... la invasión española significó una verdadera revolución en los medios de transporte y en la técnica de comunicación terrestre en México. La introducción de caballos, mulas y carretas tuvo gran importancia, aunque habrían de pasar muchos años antes de que dominaran sus características en la vida social y económica de la Nueva España"⁴³.

Los primeros habitantes de la Nueva España carecían de un sistema organizado de correos y de mensajeros especializados que prestaran sus servicios popularmente, por lo que en la práctica solo podía hacerse uso de personas conocidas, exploradores y viajeros de paso que iban a diversos lugares para enviar mensajes que se les encomendaban, con la respectiva inseguridad que esto conllevaba; inclusive, Hernán Cortés, luego de terminar con la conquista de la capital mexicana, siguió utilizando los servicios de los mensajeros paynani de Moctezuma para llevar mensajes a diversos lugares del país, conservando este sistema casi inalterado, teniendo especial trato y atención los comunicados del virrey, así como de las autoridades civiles y de las eclesiásticas⁴⁴.

Se resalta que a lo largo del período colonial, la actividad del incipiente servicio de mensajería y paquetería, y el naciente correo, fueron prácticamente lo mismo, y una diferencia entre ambas en estricto sentido, consiste en que el correo se prestaba

⁴² Apuntes para la Historia del Auto transporte. op. Cit. p. 7.

⁴³ Cfr. Margarita Camarena Luhrs. op. Cit. p. 12 y 13.

⁴⁴ Cfr. Apuntes para la Historia del Auto transporte. op. Cit. p. 9.

exclusivamente por la Corona, mientras que la mensajería, se efectuaba tanto por la Corona como por particulares y mensajeros específicamente designados.

Ya para éstos tiempos, tanto arrieros como carreteros fueron más eficientes que los célebres tamemes aztecas, aunque aquellos no se expandieron rápidamente, debido a la fragmentación geográfica, las distancias y los regionalismos de la Nueva España, con lo que el tameme siguió desempeñando una función primordial en el aspecto del transporte, envió de paquetes y de mensajes.

Se observa entonces que durante la época colonial, tanto el incipiente servicio de paquetería y mensajería como el novedoso y todavía poco desarrollado servicio postal estaban muy vinculados y eran parecidos tanto en la forma de desenvolverse como en lo que transportaban. Dicha situación no iba a cambiar sino hasta los siglos XIX y XX, gracias a los notables adelantos tecnológicos y a la aparición de condiciones sociales y económicas especiales para que uno y otro servicio se distinguieran y desarrollaran como se conocen hoy en día.

1.2.2.3 MÉXICO INDEPENDIENTE

El movimiento de independencia, iniciado en el año de 1810 y terminado en 1821, marcó el final definitivo de una etapa histórica del país, que fue la Colonia, y comenzó otra nueva etapa, en la que al fin nace la nación mexicana como tal, aunque esto implicara acontecimientos sangrientos.

“Sin lugar a dudas este movimiento dejó un saldo económico negativo para la Nueva España. Los caminos sufrieron graves daños, especialmente en el Bajío, y tanto el comercio exterior como el comercio interior, se redujeron severamente. La guerra interrumpió todas las comunicaciones postales; se suprimieron las oficinas de correos hasta agosto de 1813 en que se estableció un correo mensual para todas las provincias, custodiado por las fuerzas de

infantería y caballería⁴⁵. Las tropas independentistas como las realistas utilizaban los caminos, pero ante la situación bélica, ninguna de las partes le daba mantenimiento, al grado que inclusive se llegaban a bloquear caminos y destruir puentes, para entorpecer el paso del enemigo; por lo mismo, las consecuencias para todo medio de comunicación fueron desastrosas.

Al terminar la guerra, en materia de comunicaciones, Guadalupe Victoria, primer presidente de México, tuvo el acierto de reorganizar el correo, en 1825, expidiendo su ley, reglamento y creando instrumentos jurídicos para impulsarlo, aunque su objeto fundamental fue recaudar contribuciones.

A la llegada al poder del presidente Antonio López de Santa Anna (1833-1855, con interrupciones), este estableció un sistema eminentemente centralista, que desató una crisis independentista entre algunos estados que conformaban el territorio nacional, destacando Texas y Yucatán, situación que quedó fuera de control ante la escasez de vías de comunicación, y el abandono de los pocos existentes, por lo que los caminos tomaron en adelante una importancia estratégica, aunque por desgracia, esto no fue tomado en cuenta por el gobierno de Santa Anna, lo que repercutió determinadamente en la Guerra contra los Estados Unidos, en los años de 1847 y 1848, en que la Nación perdió poco más de la mitad de su territorio.

Pese a lo anterior, hacia los años de 1840 – 1850 se estableció el servicio de Diligencias Generales, el que se efectuaba a través de dos carruajes tipo "Concorde", de procedencia estadounidense, que eran vehículos de madera, amplios y ligeros, los que efectuaban el transporte de correspondencia y mensajería, por lo general a los alrededores de la ciudad; más adelante el servicio se extendió a las principales ciudades del país, teniéndose que crear aparte para un servicio más eficaz, postas, paraderos y lugares de descanso, esto por parte de los propietarios de las aludidas diligencias⁴⁶.

Para 1863, aparece en México la célebre empresa estadounidense llamada "Wells Fargo Express Company, creada en 1852 en Nueva York, la que se dedicaba a transportar

⁴⁵ Diccionario Porrúa de Historia, Biografía y Geografía de México. México. 1981. p. 530.

⁴⁶ Cfr. Manuel Carrera Stampa. Op. Cit. p. 151.

correspondencia vía terrestre a través de diligencias, aunque también efectuó en un principio transportes por vía marítima, a través de una compañía filial llamada "Wilcox and Pacific Mail SS", esto de la Ciudad de San Francisco, California, sede de la filial, a la Ciudad de La Paz, Baja California, y de ahí a Salina Cruz, en Oaxaca, tocando sus barcos otros puertos del litoral Pacífico, extendiendo así su influencia a lo largo de dicho litoral, usando años más tarde (década de 1870 en adelante), el ferrocarril; para el pago del servicio, se emplearon sobres con estampillas estadounidenses, y con el sellos a favor de Wells Fargo Co.; Además, ésta empresa se sirvió de mensajeros de a pie, en mulas, así como en vehículo pequeños y ligeros de madera llamados "guayines", y su campo de acción se limitaba al norte, litoral Pacífico, centro y occidente del país. Esta empresa desempeñó el servicio de conducción de correspondencia y mensajería hasta finales del siglo, y debe destacarse que fue un negocio lucrativo, al grado de competir con el servicio postal nacional, considerándose a ésta compañía como un auténtico contrabando, aunque presentó vicios e irregularidades el aludido servicio en su etapa final en México ⁴⁷.

Los acontecimientos que vinieron posteriormente fueron la llamada guerra de los tres años (1855), y luego la guerra de intervención francesa en 1861 en las que no se ahonda en su estudio, pero se resalta que las vías de comunicación resultaron de estratégica importancia, en especial las líneas telegráficas, un nuevo medio de comunicación para la época, jugando un papel trascendental en dicha intervención, medio que fue usado por Benito Juárez, a efecto de mantener una comunicación constante de la situación militar y política, enterándose por este medio de los mismos; por lo que el servicio de mensajería, resiente cierto desplazamiento, ya que ahora, no era del todo necesario un cuerpo especial de mensajeros para llevar noticias de un lugar a otro; sin embargo, dicho servicio realizó una función complementaria excepcional en tal evento histórico, y por ser tiempos de guerra, los tendidos telegráficos eran constantemente saboteados.

Una vez terminada la intervención francesa, y restablecido el gobierno de Benito Juárez, este se dispuso a resanar los daños y desastres que la guerra había causado, con especial interés en el ramo de las vías de comunicación y los transportes, ya que si estos no

⁴⁷ Idem.

quedaban subsanados, no se podría hablar de modernización ni desarrollo económico que tanto vitoreaba el gobierno liberal.

El presidente Sebastián Lerdo de Tejada, así como Benito Juárez, fueron grandes impulsores de las comunicaciones y los transportes, por lo que a éste periodo se llamó "República Restaurada", el que se erigió en un periodo de grandes avances en comunicaciones, resaltando el telégrafo, el correo y el ferrocarril.

1.2.2.4 PORFIRIATO

Al llegar al poder el General Porfirio Díaz, luego de la revuelta de Tuxtepec en 1876, que hizo que el presidente en turno Lerdo de Tejada dejara el mandato presidencial, las comunicaciones en general fueron sensiblemente dañadas en varias regiones del país, anotándose que sólo el ferrocarril no sufrió grandes daños. "La introducción del ferrocarril en el oriente de México representó la innovación más significativa en el sistema de transporte de la región desde la conquista española y la aparición de las carretas tiradas por caballos. El potencial de cambio residía en la reducción del tiempo, en el aumento de la velocidad que ofrecía el ferrocarril, y en su capacidad para reducir los costos del transporte terrestre y transportar grandes cantidades de artículos voluminosos o pesados"⁴⁸, fenómeno que vino a dar elementos tecnológicos sobresalientes para la prestación del servicio en cuestión.

Fue el ferrocarril el que precisamente solucionó el problema del transporte masivo de mercancías a larga distancia, medio que también fue usado para el traslado de correspondencia, envíos y mensajes, pero con la aparición de éste medio, el mantenimiento y crecimiento de los tradicionales caminos carreteros dejaron de ser prioritarios, y es la etapa porfiriana la que se destaca como eje del desarrollo de las comunicaciones y transportes, así como del crecimiento y consolidación de la red ferroviaria, descuidando sensiblemente los caminos terrestres.

⁴⁸ Cfr. Peter Rees. Transportes y comercio entre México y Veracruz. 1519-1910. SEP-SETENTAS. 1ª edición. México. 1976. p. 179.

Sobre la comunicación vía marítima, solo se mencionará que Porfirio Díaz tuvo comunicación a través del mar con el resto del mundo, más no dispuso de una marina mercante propia, por lo que Díaz celebró varios contratos con compañías marítimas extranjeras, manteniéndose subsidios solo en los casos de líneas y vapores que llevaran correo regularmente a lugares apartados, en base a que de otra manera no habría comunicación regular ni servicio postal ni medio de transporte seguro y sus puertos, así como con el resto del mundo.

Es hasta esos años cuando por fin se perfila la figura del servicio de paquetería y mensajería de una manera clara, en virtud de que ya se dan las primeras manifestaciones de tipo industrial en México, grandes empresas empiezan a emerger, y con ello, ciertas necesidades de contacto y comunicación entre las diversas filiales o entre clientes, originándose la necesidad de comunicación rápida, que complementara al telégrafo y el naciente teléfono; así, se comenzó a prestar un servicio especializado de mensajería y de paquetería exclusivo para dichas empresas o corporaciones.

1.2.2.5 ÉPOCA CONTEMPORÁNEA

El siglo XX es recibido en plena etapa porfiriana, y la imagen de México, si bien presenta un periodo de paz inducida por la dictadura dominante así como un gran desarrollo industrial y comercial, también traía consigo un inestable ámbito social y agrario, en el que la situación era de gran miseria e injusticia, lo que conllevaba un severo descontento social, que a la larga condujo al célebre movimiento revolucionario de noviembre de 1910. Como es obvio, dicho movimiento revolucionario deterioró de gran manera todas las comunicaciones a lo largo del país, afectando la marina mercante, y especialmente a correos y ferrocarriles, los que fueron usados casi exclusivamente para fines militares, esto con daños considerables.

Una vez que hubo cierta estabilidad social y política, ya en los años treinta, fue cuando se emprendieron proyectos para mejorar y aumentar las vías de comunicación existentes. El ámbito del servicio de paquetería y mensajería era en un principio incierto, en virtud de que,

en primer lugar, había pocas empresas y personas que se aventuraban a prestar tal servicio, y en segundo lugar, había pocos usuarios que empleasen tal servicio, no habiendo por consiguiente una demanda que garantizara las condiciones propicias para explotar el aludido servicio de manera comercial.

En este sentido, una de las primeras empresas nacionales de mensajería y paquetería, se tiene el caso de la empresa llamada Multipack, "la que inicia sus operaciones en el año de 1939, cuando la línea ADO (Autobuses de Oriente) inauguró sus rutas por el sureste de México, que enlazaron a las ciudades de México, Puebla, Jalapa y Perote; posteriormente en las décadas de 1950 y 1960, se integraron las funciones específicas de documentación, así como entrega a domicilio, dándose cierta homologación a la prestación del servicio, y para la década de 1980 se incrementa la cobertura, así como las sucursales; no es sino hasta la década de 1990 cuando el servicio se vuelve más versátil, complejo y eficaz, en virtud a que se da una mejor capacitación al personal, se consolidan alianzas internacionales en servicios de mensajería y paquetería internacional, y se cierran convenios con empresas de carga internacional, marcando esta etapa el desarrollo constante de servicios y coberturas de acuerdo a las diversas necesidades de los usuarios, teniendo ahora alcance internacional".⁴⁹

También se tiene el caso de la empresa denominada Estafeta Mexicana, S. A. de C. V., de origen nacional, y que surge en agosto de 1979, siendo esta pionera en el servicio de mensajería y paquetería acelerada.⁵⁰ Actualmente las empresas antes citadas, así como otras denominadas REDPACK, AERO FLASH, PEGASO, y SENDA EXPRESS, (independientemente de las empresas de tipo local) entre otras, compiten por la supremacía en su ramo, cubren prácticamente todo el territorio nacional, prestan sus servicios hacia la mayoría de los países del mundo, cubriendo las más diversas necesidades de los usuarios. Su tecnología e infraestructura, ha alcanzado un alto desarrollo, ya que cuentan con equipos de cómputo, redes y telecomunicaciones avanzadas, y los medios de transporte más idóneos para efectuar el servicio, siendo vehículos propios, o sujetos a arrendamiento, utilizados siempre para cumplir puntualmente con su objetivo.

⁴⁹ Cfr. Página de Internet: <http://www.multipack.com.mx/>, de fecha 20 de junio de 2003.

⁵⁰ Cfr. Página de Internet: <http://www.estafeta.com.mx/>, de fecha 20 de junio de 2003.

Es obvia la ventaja que tiene el auto transporte sobre ruedas respecto de los demás medios de transporte, ya que sólo se necesita contar con la vía de comunicación necesaria (camino, carretera, puente), construida por el erario público; además, dichas empresas contratan los servicios del transporte aéreo, ya que las condiciones de infraestructura y las posibilidades para adquirir una aeronave comercial son excepcionales, por la descomunal inversión requerida; así, hoy día el ferrocarril y el transporte marítimo han quedado prácticamente relegados y en desuso por tales empresas (a pesar de que, como se estableció, éstos fueron medios trascendentales y estratégicos para tales efectos todavía en la primera mitad del siglo XX), en atención a que ya no son medios eficaces ni rápidos para el servicio requerido.

En México, el servicio mercantil de mensajería y paquetería es proporcionado en su mayor parte por la iniciativa privada, teniendo una fuerte presencia las empresas trasnacionales especializadas en el ramo, con años de experiencia, así como prestigio a nivel internacional, las cuales cuentan con una amplia variedad de vehículos de transporte debidamente adaptados y especializados para su función, que van de una simple motocicleta o vehículo compacto, hasta aeronaves de carga, que se utilizan dependiendo las características y volúmenes de lo transportado, y desde luego, de la demanda comercial.

El gobierno Federal también presta el servicio de la mensajería y paquetería, a través del Servicio Postal Mexicano, mediante el correo o mensajería acelerada, al que se le denomina MEXPOST, mismo que se presta a través de personal especializado, y por un precio determinado, que es más elevado que el envío de correspondencia ordinaria, alcanzando tal servicio en la actualidad estándares de alta calidad, similares a los de las empresas privadas de mensajería, constituyéndose en un serio competidor para las mismas.

1.3 NATURALEZA JURÍDICA

A efecto de determinar la naturaleza jurídica del servicio de paquetería y mensajería, se hará una previa referencia de figuras jurídicas que más se relacionan con el mismo, por lo

que se enunciarán características y naturaleza del contrato de transporte de cosas o mercancías.

Como el contrato de transporte, el servicio de paquetería y mensajería se reputa mercantil, ya que conforme a lo dispuesto en el Código de Comercio vigente, la mercantilidad de este servicio viene de lo establecido en el artículo 576 del citado ordenamiento, reputándose un acto mercantil cuando tenga por objeto mercaderías o efectos de comercio, así como cuando cualquiera que sea su objeto sea comerciante el porteador o se dedique comúnmente a realizar transporte para el público, a cambio de la respectiva contraprestación.

Sin embargo, lo que en realidad otorga el carácter de mercantil al contrato de transporte es la presencia de una empresa, entendida como un comerciante, y "... lo que hace aparecer el carácter mercantil de los transportes, es la presencia de un sujeto económico típico, el empresario, y la realización por éste de actos en masas" ⁵¹. Lo anterior es perfectamente aplicable a la actividad de la paquetería y mensajería, en virtud de que el servicio por lo general es prestado por una empresa comercial expresamente dedicada a dicha actividad, realizándola de manera masiva y constante.

A modo de ampliar y complementar el estudio de la contratación del servicio de paquetería y mensajería, así como del transporte de cosas, se mencionan las siguientes características de estas figuras, que son compatibles entre sí:⁵²

a) Consensual.- Porque se perfecciona tan pronto como se manifiesta el consentimiento y común acuerdo entre las partes, cualquiera que sea su forma de expresión.

b) Principal.- Porque el contrato de transporte de cosas y el servicio en cuestión, son contratos independientes de otros accesorios que pudiesen existir o coexistir, ya que se realizan por si mismos, sin estar condicionados en su ejecución a otros contratos.

⁵¹ Óscar Vásquez del Mercado. op. Cit. p. 230.

⁵² Luis Tapia Salinas. Derecho Aeronáutico. Editorial Bosch. Barcelona. 1993. p. 487 y 488.

c) De Adhesión.- Porque el contrato de transporte es de naturaleza adhesiva, lo mismo el servicio, ya que por regla general el usuario del mismo no puede modificar las reglas del servicio, en virtud de que éstas son previamente establecidas por la empresa de mensajería.

d) Bilateral o Sinalagmático.- Ya que los contratos de mensajería y paquetería intervienen inicialmente dos personas, por lo que se generan derechos y obligaciones mutuas a cargo de éstos.

e) Onerosos.- Porque constituyen actos jurídicos en los que existe una prestación y contraprestación que las partes convienen desde que los celebran, y por tanto, beneficios que los actos otorgan a una parte no son concedidos sino mediante el pago de una prestación que esta parte ha dado a la otra, por lo que los sujetos intercambian prestaciones recíprocas.

f) De tracto sucesivo o ejecución continuada.- Se refiere a que las prestaciones recíprocas a percibir por las partes no se agotaran en un instante o momento, sino que se proyectan en el tiempo hasta la extinción del contrato o servicio, que en este caso es hasta que el envío llegue a manos del destinatario, por lo que las partes quedan vinculadas y obligadas mutuamente hasta la terminación o cumplimiento de dicho servicio.

g) Comercial.- Consiste en que estos actos jurídicos son típicamente mercantiles, ya que el ejercicio de la actividad lo ejerce una empresa porteadora, quedándose sometidas las partes a la legislación mercantil (Código de Comercio) y a la competencia de los jueces en dicha materia.

Por tanto, se tiene que la naturaleza jurídica del servicio de mensajería y paquetería es la de un contrato mercantil, siendo ésta la identidad jurídica de la actividad por la cual una persona llamada usuario o cargador, entrega a otra, llamada empresa de mensajería o paquetería, determinados efectos con la finalidad de que ésta los entregue a un destinatario, de acuerdo a los términos, condiciones y contraprestaciones que se pacten.

En conclusión, el problema de determinar con precisión la naturaleza jurídica de éste servicio, radica en que el mismo no se encuentra regulado de manera específica en ningún cuerpo normativo, sólo se le menciona, como es el caso de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal. Asimismo, la doctrina tradicional no hace estudio alguno serio sobre el mismo, en virtud de que éste es ciertamente reciente, por lo que se le ha equiparado con otras figuras, tales como el correo, y en particular, el transporte de cosas y mercancías, contribuyendo esto a la determinación de su naturaleza mercantil, la cual deriva de la naturaleza de quien presta esta actividad que viene a ser un acto de comercio.

1.4 ELEMENTOS PERSONALES

1.4.1 CARGADOR O USUARIO

Para el objeto del presente estudio, se debe entender al cargador o remitente como aquella persona física o jurídica, conocida también como usuario, que contrate el servicio de mensajería y paquetería con una determinada empresa que preste dicho servicio. También se le puede entender, haciendo alusión al contrato de transporte, como la "persona que entrega a los acarreadores, porteadores o empresarios de transporte alguna mercancía, para que sea conducida al punto de destino, mediante el pago de la cantidad convenida"⁵³.

"Quien solicita al porteador el transporte, se llama cargador y constituye uno de los elementos personales del contrato. A nombre propio celebra el contrato, sin que importe si es o no propietario de las mercancías. Para los efectos del contrato de transporte (aplicable esto al servicio de paquetería y mensajería), se considera independiente el vínculo jurídico del cual derive la propiedad de las mismas, por lo que el cargador puede ser propietario, simple poseedor, tener la cosa en depósito, y disponer de ella para hacerla transportar. Asimismo lo puede celebrar por cuenta de otro, pero lo esencial es que obre en nombre propio"⁵⁴. El servicio puede ser contratado por un representante, por lo que en este caso el cargador sería

⁵³ Guillermo Cabanellas. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual. Tomo II. 21ª edición. Editorial HELIASTRA, S. R. L. Buenos Aires. 1989 tomo II. p. 77

⁵⁴ Vázquez del Mercado, Óscar. "Contratos mercantiles". 4ª edición. Edit. Porrúa. México, 1992. p. 235.

el representado, aplicando ésta situación en el caso concreto de las personas jurídicas o morales, y los efectos de la celebración del contrato; así como la entrega de mercancía u objetos transportados, recaen en el cargador.

En cuanto a las características de la figura del remitente o cargador, básicamente se tiene que éste puede ser indistintamente una persona física o moral; debe de actuar en nombre propio, ya que si actuara en nombre ajeno, la persona representada sería en realidad el remitente; la relación jurídica se da entre el cargador y el porteador o mensajero exclusivamente, siendo el destinatario solo un tercero, como más adelante se analizará.

1.4.2 PORTEADOR O EMPRESA TRANSPORTISTA

Para el objeto de la presente investigación, se entenderá al porteador o transportista como la empresa o compañía, por regla general moral o jurídica, con la que se contrata el servicio de mensajería y paquetería, prestando el mismo de manera cotidiana y profesional, la que queda obligada con el usuario a realizar el transporte de un envío en un tiempo determinado, para entregar este a otra persona denominada destinatario, a cambio de la respectiva contraprestación.

Los términos de porteador o transportista son aplicables a la figura del mensajero, ya que éste realiza ciertas funciones de aquel, como es el transporte de cosas o mercancías y transporte de paquetes o envíos respectivamente, con la salvedad de que la empresa porteadora o de mensajería lleva a cabo su objeto y función a través de personas llamadas "mensajeros". Por porteador puede entenderse como la "persona física o moral que se obliga, mediante una remuneración, a conducir y entregar, en el lugar convenido, las cosas que le han sido confiadas para su transporte"⁵⁵.

Así, el porteador tiene la obligación de realizar el transporte, la colocación de cosas de un lugar a otro, por medios propios, aunque también se puede dar la situación de realizar la

⁵⁵ Diccionario Jurídico Mexicano. tomo 4. Editorial Porrúa. México. 1999. p. 2462.

conducción de los objetos a través de la contratación que se puede hacer con otras entidades o personas, en cuyo caso se conserva tal carácter respecto de la persona con quien se haya contratado primero, y toma el carácter de cargador con relación a la segunda.

Una empresa de mensajería, debe contar no solo con vehículos adecuados de transporte, sino también con centros de atención, de distribución y concentración; y desde luego, con sucursales de prestación del servicio y recepción de objetos a enviar, así como el soporte tecnológico adecuado, en materia de telecomunicaciones, a efecto de realizar rastreos de envíos, de acuses de recibo, de solicitudes de recolección a domicilio, y de información de ubicación de sucursales y servicios ofertados.

Se aclara que el usuario contrata directamente con la empresa, acatando las disposiciones estipuladas en el contrato, mas no con el mensajero, el cual es la persona física que es contratada ya sea por un régimen laboral, o más comúnmente, bajo un contrato de prestación de servicios, quien ha sido previamente capacitada para desempeñar eficazmente su labor, precisamente por la empresa prestadora de tal servicio, Se hace la observación anterior, para no confundir las figuras de la empresa y del mensajero, figuras sumamente interrelacionadas entre sí, pero que en su esencia jurídica son diferentes.

1.4.3 CONSIGNATARIO O DESTINATARIO

El destinatario o consignatario puede conceptuarse como "aquella persona física o jurídica a la que el transportista está obligado a entregar las mercancías (en el caso, el mensaje o paquete), en ejecución de un contrato de transporte celebrado con el remitente y designado de una manera expresa y nominal en el contrato o alteración del mismo realizada por el propio remitente"⁵⁶. Así, el destinatario será el beneficiario de las obligaciones del prestador del servicio, en la fase final de la ejecución de la entrega de los mensajes y paquetes, ya que concretamente, es la persona que al término del viaje de transporte, recibe la mercancía o envío, siendo desde luego designado por el cargador.

⁵⁶ Luis Tapia Salinas. op. Cit. p. 490.

No es necesario designar a un destinatario distinto al mismo cargador, ya que éste puede hacer que la mercancía o envío le sea consignado a él mismo, siendo la entrega en los términos que se establezcan en el contrato, aunque lo general es que sea un tercero quien reciba la cosa transportada, siendo en realidad precisamente un tercero, que viene a ser beneficiario de los servicios contratados, sin adquirir más derechos. Muestra de ello, es que el cargador tiene la posibilidad de variar y cambiar de consignatario, en términos de lo establecido por el artículo 589 fracción II del Código de Comercio vigente, o bien, variar el lugar de la entrega, indicando al porteador el nuevo consignatario, si lo hubiere, como lo indica la fracción III del citado precepto legal, esto siempre y cuando sea posible.

En cuanto a las características del destinatario, básicamente consisten en que ha de ser concretamente individualizado; éste puede ser alterado o substituido; puede identificarse con el remitente, y nada se opone a esta fusión de elementos personales; no es una auténtica parte en el contrato, ya que no interviene en la creación ni en la formalización del mismo celebrado entre remitente y cargador o mensajero ⁵⁷.

1.5 ELEMENTOS FORMALES

1.5.1 CARTA DE PORTE

El elemento formal por excelencia tanto en el contrato de transporte como en el servicio de mensajería y paquetería lo constituye la carta de porte. Sin embargo, si bien el artículo 66 de la Ley de Vías Generales de Comunicación y el artículo 581 del Código de Comercio la exigen al porteador, ésta no es esencial para el perfeccionamiento del contrato. La carta de porte juega solamente el papel de documento probatorio⁵⁸; pero es recomendable la expedición de éste documento, para aclaraciones y para todo efecto legal a que haya lugar.

⁵⁷ Luis Tapia Salinas. op. Cit. p. 491.

⁵⁸ Cfr. Óscar Vásquez del Mercado. op. Cit. p. 238.

En el servicio de paquetería y mensajería, dicho documento es trascendental, siendo en éste en el que se plasman todos los datos necesarios para la identificación de las partes y de lo transportado en el servicio, y por tanto, le son aplicables las disposiciones que regulan dicha carta, aunque se hace la observación consistente que, en ciertas empresas más bien se alude a una guía de envío, un contrato de adhesión o un contrato de prestación de servicios profesionales, que como se ha estudiado, no es correcto considerarlo así, en virtud de que tanto un contrato de adhesión como uno de prestación de servicios son de naturaleza civil, mientras que el servicio de mensajería es de naturaleza mercantil, vinculado éste más al contrato de transporte que a los referidos contratos; por consiguiente, para el servicio en cuestión y para efectos de este estudio, se tendrán por aplicables las reglas de la carta de porte mercantil.

Una concepción amplia de la carta de porte, es aquella que la explica como el "...documento que el porteador debe extender y entregar al cargador, en el que se expresa el nombre, apellido y domicilio de ambos: el nombre, apellido y domicilio de la persona a quien o a cuya orden van dirigidos los efectos, o si han de entregarse al portador de la misma carta; la designación de los efectos, con expresión de su calidad genérica, de su peso y de las marcas o signos exteriores de los bultos en que se contengan; el lugar y el plazo en que habrá de hacerse la entrega al consignatario; y la indemnización que haya que abonar el porteador en caso de retardo, si sobre este punto mediare algún pacto, como requisito esencial para el perfeccionamiento del contrato de transporte"⁵⁹; dicha definición se inspira en el texto del artículo 2656 del Código Civil Federal.

Esta carta también puede ser definida como "... el documento que instrumenta la formación de un contrato de transporte en virtud del cual el transportista se obliga a trasladar determinadas mercaderías (en nuestro caso un envío) al lugar convenido y hacerlas llegar al destinatario que le indique el expedidor, quien se compromete a entregárselas y abonar el precio pactado"⁶⁰.

⁵⁹ Pina Vara, Rafael de, y Rafael de Pina. Diccionario de Derecho. 29ª edición, editorial Porrúa. México, 2000. p. 146.

⁶⁰ Federico N. Videla Escalada. Derecho Aeronáutico. Tomo III. Buenos Aires. 1973. p. 440.

Como todo documento, debe ser extendido por escrito, bastando la sola intervención del remitente y del prestador del servicio de paquetería y mensajería, sin requerir de otros elementos de tipo testimonial o instrumental público. La carta de porte debe contener lo siguiente ⁶¹:

- 1) Lugar y fecha de expedición, así como número de folio.
- 2) Nombre, apellido y domicilio completo del cargador o remitente.
- 3) Nombre, apellido y domicilio completo del transportista o porteador.
- 4) Lugar, plazo y fecha de la toma en carga de la mercancía por el consignatario, y lugar previsto para su entrega al destinatario.
- 5) Nombre, apellido y domicilio completo del destinatario o beneficiario, a quien o a cuya orden van dirigidos los efectos, o si han de entregarse al portador de la misma carta.
- 6) Denominación del tipo y naturaleza de los efectos o mercancía, modo de embalaje, así como expresión de su calidad genérica, marcas, signos exteriores de los bultos en que se contengan, y denominación especial de la mercancía peligrosa o corrosiva.
- 7) Precio del transporte o servicio.
- 8) Número de paquetes y documentos.
- 9) Peso y volumen de los paquetes.
- 10) Gastos o costo del transporte o envío (pueden comprender el precio del producto o documento, gastos accesorios, derechos de aduana, y gastos que sobrevengan desde la celebración del contrato hasta la entrega del producto a su destino).
- 11) Instrucciones especiales para formalidades en aduana (si es el caso) o en la misma entrega.
- 12) Indicación de a que fuero jurisdiccional será sometida toda controversia que llegue a suscitarse, ya sea ante la Procuraduría Federal del Consumidor, vía administrativa ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, o ante Tribunales Civiles.
- 13) Mención de productos prohibidos de transportar.
- 14) Posibles gastos que el remitente toma a su cargo.
- 15) Suma de posible reembolso a recibir en el momento de la entrega del paquete o documentos.

⁶¹ Luis Tapia Salinas. op. Cit. p. 502

- 16) Anotación de reservas del transportista en relación a las condiciones del paquete o documento a enviar, y en la ausencia de estas, se presume que el producto y su embalaje estaban en buen estado en el momento en que el transportista se hizo cargo de dicho producto.
- 17) Indemnización que haya de abonar al porteador en caso de retardo, si sobre este punto mediare algún pacto.
- 18) Firma de conformidad de las partes, tanto del usuario del servicio, al celebrarse el contrato o servicio, y del destinatario del mismo, al momento de cumplimentarse y dar por terminado dicho contrato o servicio.

Las características antes citadas se basan tanto en la obra del autor citado, como en lo dispuesto en los artículos 2656 del Código Civil Federal, 581 del Código de Comercio; la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal solo se limita a establecer en su artículo 2 fracción II, que la carta de porte contendrá las menciones que exige el Código de la materia, surtiendo los efectos que en él se determinen. Se tiene que la omisión de alguna de las circunstancias o requisitos requeridos en la carta de porte, no invalidará la carta de porte, ni destruirá su fuerza probatoria, pudiéndose rendir sobre los requisitos que faltasen, las pruebas pertinentes (artículo 585 del Código de Comercio).

Dicho documento tiene su similar en el caso del transporte marítimo, que es el conocimiento de embarque, el que tiene funciones y características similares a la carta de porte, salvo que este aplica exclusivamente para el transporte marítimo, con las respectivas adecuaciones necesarias para la naturaleza de tal transporte; esta figura se regula en el artículo 100 de la Ley de Navegación.

El número de ejemplares exigidos en la celebración del contrato suele variar, pero en la práctica normalmente se expiden tres, distribuyéndose el primero para el porteador, debiendo ser firmado por el expedidor; el segundo es para el destinatario, que también será firmado por el expedidor y el prestador del servicio, debiendo acompañar al producto o documento enviado; mientras que el tercero será firmado por el porteador y remitido por éste al expedidor o remitente, previa la aceptación del producto a enviar.

Otras características accesorias que suelen presentarse en el cuerpo de la carta de porte son ⁶²:

- Nombre del operador del vehículo que verificará el transporte, así como características del mismo.
- Registro federal de causantes de las partes contratantes.
- En su caso, lugar donde se realizará el reembarco del envío, y personas que lo realizarán.
- En ocasiones, se estila insertar una mención de pagaré en una de las partes de la carta de porte, a efecto de que el usuario cargador o el destinatario remitente, según corresponda, liquiden el resto del costo del servicio prestado, si es que así fue previamente pactado, y la respectiva firma de aceptación.
- Es un título de legitimación en el sentido de que faculta la disponibilidad de la mercancía (o envío) y llena con ello una importante función comercial, que tan solo puede realizarse previa presentación de la carta de porte.
- Es un documento de instrucción, ya que el expedidor da al transportista (o empresa de mensajería) las directrices necesarias respecto a la ejecución del contrato.
- Es un documento de acompañamiento puesto que acompaña constantemente a la mercancía (o envío).
- Otorga la presunción de ejecución del contrato, al suponerse que con la expedición de esta carta, han sido aceptadas las mercancías por el transportista designado.

La expedición de la carta de porte es el efecto más inmediato del contrato de transporte, medio por el cual se presta el servicio de paquetería y mensajería, naciendo en ese momento para las partes contratantes todos los derechos y obligaciones inherentes a esta figura, y en adelante se seguirán los lineamientos del Código de la materia (Código de Comercio), como lo establece el artículo 2 fracción II de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, resaltándose que en la práctica, dicho documento es básico para efectos de cualquier reclamación en la prestación del servicio, así como para demostrar la contratación del mismo.

En toda carta de porte o "guía", en la práctica, es muy usual la aplicación de la figura de la adhesión, la que es de importancia trascendental en el servicio de mensajería y paquetería,

⁶² Luis Tapia Salinas. op. Cit. p. 500.

la cual se entiende como aquel "acto en virtud del cual una persona expresa su voluntad de responder de las consecuencias jurídicas de un contrato o convenio realizado entre otras sin su participación"⁶³. Al respecto, la Ley Federal de Protección al Consumidor, regula los llamados contratos de adhesión en su capítulo X, y define a los mismos, en el artículo 85, como "el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato", disponiendo además que todo contrato celebrado en territorio nacional, para su validez, deberá estar escrito en español, siendo legible a simple vista. Debe aclararse que la adhesión será debidamente estudiada más adelante, en el apartado relativo al estudio de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Por regla general, el servicio de mensajería y paquetería es celebrado de la siguiente forma: la empresa prestadora del servicio ya tiene preparados previamente formatos idénticos entre sí de carta de porte o guía, listos para ser llenados con los datos generales del usuario del servicio y con los del destinatario, y en su reverso contienen el clausulado vigente, con las disposiciones básicas por las que se registrará el servicio, pudiendo estar registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

La irregularidad en la carta de porte se puede deber a la insuficiencia de algunos de los requisitos o características antes mencionados, o bien derivada de la falsedad en los mismos, repercutiendo esto ya sea en el prestador del servicio o en el remitente, e incluso en el destinatario, según sea el caso; al respecto el artículo 583 del Código de Comercio vigente reitera que los títulos legales del contrato entre el cargador y el porteador serán precisamente las cartas de porte, y por su contenido se decidirán las cuestiones y litigios que ocurran sobre su ejecución y cumplimiento, sin admitir más excepciones que la falsedad y error material en su redacción. Si alguna de éstas circunstancias se llegara a dar, están a disposición de las partes los medios e instrumentos que establecen las leyes, ya sean los conciliatorios (vía Procuraduría Federal del Consumidor, PROFECO) así como los jurídicos (Juzgados y Tribunales Civiles), según sea el caso y conveniencia de las partes, lo que se estudiará adelante en el apartado correspondiente.

⁶³ Rafael De Pina y De Pina Vara, op. cit. Pág. 58.

1.5.2 ACUSE DE RECIBO

Se denomina acuse de recibido, o de recibo, al documento en el que se plasma la conformidad del destinatario o beneficiario del servicio al recibir la cosa enviada, sea mensaje o paquete, lo que se tiene por satisfecho respecto de la prestación del servicio de mensajería y paquetería, teniéndose así por concluido definitivamente el mismo.

Dicho recibo consta por escrito; lo emite la empresa prestadora del servicio, a disposición del destinatario, a efecto de que en el mismo, firme su plena conformidad de que ha recibido el mensaje o paquete, que le han sido enviados por el cargador o usuario, entregándole además una copia del ejemplar de la carta de porte, guía o contrato del servicio prestado en cuestión.

La función del acuse de recibo es fungir como documento comprobatorio, tanto a favor de la empresa prestadora del servicio, como del usuario, para que, en primer lugar, la empresa se proteja ante cualquier reclamación que se dé en contra de la misma, ya sea por parte del usuario, o del destinatario, en el supuesto de presentarse alguna irregularidad en la entrega del envío, cubriéndose así de la responsabilidad que se le impute. El usuario también se puede respaldar con el acuse de recibido, a efecto de demostrar que el envío fue recibido por alguien, y desde luego que celebró la contratación del servicio de mensajería y paquetería.

Ahora bien, en la hipótesis consistente en que si el mensaje o paquete fue entregado a persona equivocada, dándose el caso de la cosa enviada no llegaron a manos del destinatario, el cargador o el mismo destinatario tienen la opción de iniciar el procedimiento correspondiente en contra de la empresa en cuestión, por que en este caso se está ante un error o negligencia por parte de ésta, no teniendo culpa el destinatario, y el cargador solo tendría culpa en caso de error en el domicilio o persona, deslindándose así la empresa de cualquier responsabilidad. No obstante, en la práctica del servicio, el acuse de recibo es firmado por cualquier persona que se encuentre en el domicilio previamente acordado, haciéndose la entrega respectiva del envío, aún si no es el destinatario en persona, por lo

general sin mayores formalismos de identificación, salvo que se estipule expresamente lo contrario.

La figura del acuse de recibo está inspirada en el correo certificado, el cual es una modalidad del servicio postal ordinario, con la característica consistente en que a la correspondencia enviada, se le anexa un documento idéntico al acuse aludido, en el que la persona que recibe la correspondencia, firma de conformidad con relación al envío recibido, plasmándose en el documento nombre y firma del que precisamente recibe, así como fecha de recepción. Ahora bien, no siempre se da la existencia de un documento en particular, sino que el acuse de recibo respectivo se realiza en el ejemplar de la carta de porte o guía que le corresponde a la empresa prestadora del servicio, esto es, que el destinatario hace la anotación respectiva, de puño y letra, en el mencionado ejemplar, y esta situación es de práctica común en la realización cotidiana del servicio de mensajería y paquetería.

El acuse de recibo postal es regulado en la Ley del Servicio Postal Mexicano, en su artículo 42, el cual alude que el servicio de acuse de recibo de envíos o de correspondencia registrados, consistirá en recabar en un documento especial la firma de recepción del destinatario o de su representante legal y en entregar ese documento al remitente, como constancia. Es de hacerse notar que la disposición mencionada está enfocada en el servicio postal o correo, no así en el servicio de mensajería y paquetería.

Aunado a lo anterior, el artículo 583 del Código de Comercio, en su párrafo tercero, dispone que "...En caso de que por extravío u otra causa no pueda el consignatario devolver, en el acto de recibir los géneros, la carta de porte que él hubiere recibido suscrita por el porteador, deberá darle un recibo de los objetos entregados, produciendo este recibo los mismos efectos que la devolución de la carta de porte. Si ésta fuere a la orden o al portador, el recibo se extenderá con los requisitos que establece el título respectivo".

Se debe mencionar que el acuse de recibo no está contemplado en la doctrina tradicionalista, relativa al contrato de transporte, ni es un elemento de vital importancia para la existencia o prestación del servicio de mensajería y paquetería; más bien es una

inscripción accesoria, un documento anexo, esto para seguridad tanto de la empresa de mensajería y paquetería, como del usuario.

1.6 ELEMENTOS REALES O MATERIALES

1.6.1 PAQUETE O MENSAJE

De acuerdo con la jerga del servicio de mensajería y paquetería, se le conoce a la cosa transportada como paquete o mensaje; que viene a ser el objeto indirecto del acto de comercio que realizan las empresas en estudio. Para efectos de éstos contratos, los bienes son entregados al transportista o porteador para su respectivo desplazamiento y entrega al destinatario, constando sus datos de identificación en la respectiva carta de porte.

Por tanto, la denominación dada al objeto o cosa que se va transportar y que será objeto del servicio de mensajería o paquetería será precisamente la de un paquete o un mensaje (éste último por lo general es un documento), y el tipo de servicio que se va a prestar va a diferir basándose en la naturaleza de lo que se enviará, ya que hay empresas que se especializan diversos rubros, según lo enviado, y así, "se pueden encontrar servicios de envío especializados en mensajería para corporativos, empresas y bancos; servicio de distribución interna de documentos y paquetes (entre sucursales o centros afines de alguna entidad gubernamental o persona moral); distribución masiva (distribución de mensajería en grandes volúmenes); de distribución de insumos a sucursales comerciales y bancarias"⁶⁴; como se observa, los servicios prestados se han especializado y diversificado a prácticamente todos los ámbitos de la vida comercial y social, y el objetivo original de enviar simples mensajes y paquetes ha sido rebasado, abarcando facetas más amplias de las que hasta hace algunos años no se tenía imaginado.

En cuanto a los artículos que se tiene permitido o prohibido transportar por este servicio, se tiene en primer lugar que los objetos permitidos, son prácticamente todos aquellos que la

⁶⁴ Página de Internet: <http://www.multipack.com.mx/>, de fecha 20 de junio de 2003.

ley no prohíbe expresamente; y en segundo lugar, los que no tienen permitida su transportación mediante el servicio en cuestión, son precisamente los prohibidos por ley, como son: los explosivos, corrosivos, armas, cartuchos, artículos de alto valor intrínseco como joyas, alhajas, antigüedades, metales preciosos, piezas de arte, títulos de crédito, documentos fácilmente negociables, dinero, bebidas alcohólicas, perecederos, tóxicos, productos inflamables, estupefacientes, psicotrópicos, animales, sustancias o vegetales considerados como un problema grave para la salud pública conforme al Código Penal Federal o Local respectivo y a la Ley General de Salud, así como artículos de procedencia extranjera que no se encuentren legalmente amparados con la documentación legal correspondiente; todo lo anterior se fundamenta en lo estipulado en las leyes ya citadas, así como en ciertos usos y costumbres de uso común en la práctica del servicio de mensajería.

1.6.2 PRECIO PACTADO

El precio en el servicio de mensajería y paquetería, al igual que en todos los actos de comercio, es concebido como "valor pecuniario en que se estima algo; cantidad que se pide por una cosa; prestación consistente en numerario, valores o títulos que un contratante da o promete, por conmutación de cosa, derecho o servicio prestado"⁶⁵.

Se debe de entender que el precio o porte se paga en dinero, ya que si fuere una prestación diversa, sea de dar o hacer, no se daría el mismo contrato, en estricto sentido técnico, en virtud de que los contratos estudiados son de naturaleza mercantil, y por ende el precio es una contraprestación que se le debe dar al porteador o prestador del servicio, a cargo del cargador o cliente, o en su caso, a cargo del consignatario o destinatario.

El precio debe ser cubierto aún cuando se rescinda el contrato a voluntad del cargador, la mitad o la totalidad de él, según la rescisión sea antes o después de iniciado el viaje, como dice el artículo 578 del código de Comercio⁶⁶. Junto a los portes o precio del servicio de

⁶⁵ Diccionario Jurídico Mexicano. Tomo 4. op. Cit. Artículo de Ramón Esquivel Ávila. p. 2463.

⁶⁶ Cfr. Vázquez del Mercado, Óscar. Op. Cit. p. 238.

transporte en sentido estricto, el transportista "tiene derecho al cobro de los eventuales gastos, que pueden deberse bien a prestaciones accesorias realizadas antes, durante o después del transporte, por el propio transportista o por tercero, haya o no pacto sobre las mismas (embalaje o acondicionamiento, etiquetado, almacenaje, reparaciones, repeso, verificación o control, transborde, en su caso carga y descarga, estiba y desestiba) o bien como un resarcimiento de daños imputables al remitente, tales como multas por declaración inexacta de la mercancía. Lógicamente pueden hacerse constar sólo los gastos previsibles al tiempo de contratar el transporte, no los que inesperadamente surjan después"⁶⁷; aunque esto último en el servicio de mensajería y paquetería prácticamente no es aplicable, ya que el mismo siempre se desenvuelve de manera debidamente planeada, y toda eventualidad suele preverse, corriendo los gastos de manera anticipada por el cargador o usuario, y algún otro gasto superveniente, si es que no es por causa de la cosa enviada, correrá a cargo precisamente de la empresa prestadora del servicio.

1.7 MODALIDADES

1.7.1 VÍA TERRESTRE

Mediante la modalidad de transporte terrestre se lleva a cabo en la actualidad la mayor parte del servicio de mensajería y paquetería, en virtud de que gran parte de los envíos son a lugares relativamente cercanos o bien de la región geográfica nacional, y porque la mayoría de las veces no tienen tanta premura para efectuarse.

Como es sabido, en México el transporte de cosas por ferrocarril ha disminuido su frecuencia considerablemente, en primera porque no es lo suficientemente veloz, es irregular su servicio, y actualmente, las empresas de mensajería cuentan con una mayor y mejor infraestructura de caminos y puentes nacionales, que llegan prácticamente a cualquier rincón del país, lo que ha propiciado el auge del transporte terrestre; y además, las empresas de

⁶⁷ Francisco José Sánchez Gamborino. El Contrato de Transporte Internacional, CMR. Editorial Tecnos. Madrid. 1996. p. 31 y 32.

mensajería cuentan con vehículos automotores adecuados y suficientes para efectuar su actividad. Por tanto, en la actualidad el servicio de paquetería y mensajería se presta mayoritariamente por la vía terrestre, mediante vehículos automotores, que van desde una motocicleta, hasta camionetas y camiones de mediana y gran capacidad, según las necesidades y demanda del servicio, vehículos los cuales son tripulados por sus respectivos mensajeros. Los tiempos para efectuar el servicio (entrega del envío), varían tanto por la distancia a recorrer, por el volumen de la cosa que se va a enviar, por el servicio que se contrata, así como de la calidad del servicio de la empresa, el lapso que puede comprenderse en días hábiles o naturales, y un peso máximo prefijado ⁶⁸.

1.7.2 VÍA AÉREA

La creciente intensificación de las comunicaciones, la adaptación de los diversos medios de transporte al traslado de cargas y mercancías variadas, la cada vez mayor exigencia en la rapidez de las transacciones de comercio actuales, y el creciente acercamiento de los pueblos (fenómeno propiciado mercantilmente por la globalización), se conjugan para imprimir un ritmo acelerado a la consolidación de los contratos de transporte, en todas sus variedades, a lo largo de todo el globo terráqueo.

La modalidad del transporte aéreo ha sufrido una gran revolución en lo que a desarrollo de tecnología y formas de llevarlo a cabo se refiere; con relación al transporte aéreo interno o nacional, se va enriqueciendo en una gran parte de los casos, con las llamadas conexiones entre servicios internos y servicios internacionales, auspiciado por la vinculación y el fomento del comercio internacional, por lo que el medio aludido es el idóneo en el caso de que el mensaje o el paquete deban ser enviados a un destino lejano, ya que por vía terrestre demoraría más, aunque claro, se deberá atender a la urgencia y el presupuesto del usuario del servicio o remitente. En la actualidad, se ve a la aeronave convertida en un instrumento común para viajar y tal circunstancia no puede sorprender, ya que la época contemporánea tiene como signo distintivo la velocidad, que constituye, precisamente, la característica

⁶⁸ Cfr. Página de Internet: <http://www.estafeta.com.mx/>, de fecha 20 de junio de 2003

sobresaliente de esta especie de viajes y que incide directamente en su crecimiento progresivo y acelerado.

“El transporte (aéreo) debe ser ejecutado mediante la utilización de aeronave como específica y exclusiva modalidad técnica, de lo contrario no será transporte aéreo, a lo sumo multimodal, si dicho transporte aéreo interviene en un sector del trayecto. Pero no alteran la aeronauticidad (sic) las operaciones y traslados terrestres que sirven hasta la aeronave y/ o entrega en destino. Además, la ejecución debe de ser en tiempo real, entendiéndose por tal, el técnicamente prudencial para la actividad aeronáutica, conforme las circunstancias del caso. De lo contrario, no se justifica que se pacte la utilización del medio aéreo como modalidad especial de cumplimiento, generalmente escogida por razones de celeridad”⁶⁹.

1.8 RELACIÓN Y SIMILITUDES CON EL SERVICIO POSTAL O CORREO

Se concibe al correo como el “servicio público que tiene el monopolio del transporte de cartas y correspondencia, abarcando tanto la actividad en sí, como el transporte, las oficinas y medios necesarios para llevarlo a cabo”⁷⁰. Considerado desde el punto de vista de los servicios que presta, puede definirse al correo como “... aquella institución oficial del Estado, que cuida del envío de la correspondencia, impresos, paquetes, metálico y valores, ya a puntos señalados de antemano, o al domicilio del destinatario, bajo las reglas convenidas previamente en cuanto al tiempo y a los derechos y gastos que requiere”⁷¹.

El correo en la actualidad se encuentra regulado por el contenido de la Ley del Servicio Postal Mexicano vigente, y éste no es exactamente una vía de comunicación, ni un medio de transporte propiamente dicho, sino un servicio público que para cumplir con su cometido reúne características de ambas figuras. La presencia de una necesidad colectiva que exige

⁶⁹ Aviación Comercial, Turismo, Derecho Aeronáutico y Espacial. Dr. Eduardo Néstor Balian. Dirige Mario O. Folchi. 1ª edición. Editado por la Universidad Argentina de la Empresa. Buenos Aires. P. 201.

⁷⁰ Gran Enciclopedia Larousse. Op. cit. Tomo 6. p. 2650.

⁷¹ Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo – Americana ESPASA – CALPE. Op. Cit. Tomo XV. p. 910.

regularidad, continuidad y uniformidad en su satisfacción, la permanencia en la prestación, así como el bajo costo del servicio, hacen del correo un servicio público de sentido nacional.

Sobre la correspondencia prohibida en el servicio postal, se hace la observación de que, a diferencia del servicio de mensajería y paquetería, en aquel servicio se da además la llamada correspondencia "irregular", consistente en aquellos envíos insuficientemente franqueados, o sea, que carecen de estampillas, de marcas de máquinas franqueadoras, o de anotaciones que indiquen que el pago se hace en efectivo, salvo el caso de la correspondencia por cobrar, situación que no se da en el servicio de mensajería y paquetería, en virtud de que éstos se suelen pagar por adelantado, y si este no se efectúa, tampoco se realizará el servicio.

De manera similar al servicio de paquetería y mensajería, las prohibiciones se constituyen por aquellos artículos que pongan en peligro la correspondencia que va adjunta, como puede ser el material corrosivo, inflamable, explosivo o de fácil descomposición, etc., comprendiéndose también los artículos sumamente frágiles, así como joyas, piedras y metales preciosos, dinero y valores, los que a diferencia de los anteriores, si se podrán transportar, pero deben enviarse previa declaración, y a petición del usuario, con un seguro que respalde cualquier daño o menoscabo, dándose así una mayor confianza y certeza sobre el servicio que se va a prestar.

Una forma en que se realiza la entrega de lo que se va a transportar, es "el depósito", consistente en que, previo su traslado a un lugar determinado, el manejo de la correspondencia se efectúa en muebles especiales, llamados buzones; y de inmediato se procede a hacerla llegar a su destinatario, esto mediante una serie de trámites o pasos que dan lugar a la base de todos los servicios que da el correo.

"Para facilitar el correo internacional, existe la Unión Postal Universal (UPU), a la que pertenecen prácticamente todos los países del mundo, los cuáles, como miembros, forman un solo territorio postal, para efectos de envío de correspondencia, cuya libertad de tránsito queda garantizada en todo el territorio de dicha Unión"⁷².

⁷² Gran Enciclopedia Larousse. Op. cit. Tomo 6. p. 2652.

Haciendo alusión a la actividad del franqueo (puesta de sellos sobre la correspondencia) y al uso de estampillas, es de resaltarse que éstas no se usan en el servicio de mensajería y paquetería, en virtud de que el servicio no emplea estos métodos, sino que se maneja el pago en efectivo, entregándose a cambio al usuario, un comprobante de la operación, no figurando en el envío estampillas emitidas de manera expresa por el gobierno para que se pueda efectuar el servicio.

Finalmente hay compañías mensajeras que prestan un servicio equiparado al correo, y al que ciertas empresas lo denominan World Mail (Correo Mundial), el que consiste en que la empresa de mensajería y paquetería se compromete a clasificar, franquear y enviar correspondencia internacional perteneciente al usuario o cargador, realizando la empresa todo el trabajo, prometiendo además, una reducción en costos laborales y tiempo de operación, o sea, es una especie de "encargo de enviar correspondencia"; este servicio beneficia más a empresas que manejan volúmenes considerables de correspondencia y documentación.

CAPITULO 2

REGULACIÓN JURÍDICA DE LA PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA COMO UN CONTRATO DE TRANSPORTE DE COSAS.

2.1 LEGISLACIÓN NACIONAL APLICABLE.

El servicio de mensajería y paquetería que se presta en México, no tiene un cuerpo normativo que lo regule de manera particular, por lo que en este capítulo se hará un estudio de las disposiciones jurídicas que se pueden aplicar a este servicio, visto también como un contrato de transporte de cosas.

2.1.1 CÓDIGO DE COMERCIO

Este ordenamiento jurídico, promulgado el 15 de septiembre de 1889, y que entró en vigor el 01 de enero de 1890, establece las disposiciones más importantes relativas al contrato de transporte y a la carta de porte, siendo éstas de aplicación meramente indirecta a la actividad del servicio de mensajería y paquetería, ya que no se hace mención específica a tal servicio, sólo se deduce, por ser el mismo de naturaleza mercantil. Así, el Código de Comercio, contempla en su Capítulo I "De los actos de comercio", Título Primero "De los actos de comercio y de los contratos mercantiles en general", en su artículo 75 dispone en lo conducente que La ley reputa actos de comercio:

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

De esto, se infiere que si bien una empresa de mensajería y paquetería propiamente no es una empresa de transportes, sin duda que realiza una actividad de transportación, además de que las disposiciones que regulan al contrato de transporte, también aplican al servicio en cuestión, por ser una figura que emana de tal contrato, y porque el servicio constituye un acto de comercio, realizado mediante la transportación de cosas.

Asimismo, en el mismo ordenamiento, se dispone en el Título Décimo "De los transportes por vías terrestres o fluviales", Capítulo I "Del contrato mercantil de transporte terrestre", un completo y amplio articulado relativo al ámbito del transporte, aplicable esto a la mensajería y paquetería, aunque en este apartado solo se citarán los artículos más sobresalientes que aplican al mismo. Por tanto, en el artículo 576 se establece que "... El contrato de transporte por vías terrestres o fluviales de todo género se reputará mercantil":

- I. Cuando tenga por objeto mercaderías o cualesquiera efectos de comercio;**
- II. Cuando siendo cualquiera su objeto, sea comerciante el porteador o se dedique habitualmente a verificar transportes para el público.**

Como se establece, si bien en el servicio de mensajería y paquetería no necesariamente se trasladan mercancías o efectos comerciales, en éste el porteador o empresa, se dedica de manera habitual y profesional a efectuar transportes de paquetes y mensajes encomendados por cualquier usuario, para que los lleve de un lugar a otro, a cambio de una contraprestación en dinero, siendo por tanto aplicable este precepto al citado servicio. A su vez, el artículo 577 dispone que "... El porteador, salvo pacto en contrario, puede estipular con otros la conducción de las mercancías. En ese caso conservará tal carácter respecto de la persona con quien haya contratado primero, y tomará el de cargador con relación a la segunda. El último porteador tendrá la obligación de entregar la carga al consignatario."

Dicho precepto es de especial importancia basándose en que en la práctica suele darse el caso de que una empresa de mensajería y paquetería, al no contar con recursos materiales o vehículos suficientes para efectuar un traslado, recurre a los servicios de otro prestador del mismo servicio, subcontratándola un particular para realizar el envío, encomendándosele dicho encargo y, dándose así una situación en la que precisamente la empresa se vuelve cargadora y el otro transportista se vuelve porteador.

El artículo 597 establece, que "... en las empresas de transportes se observarán las condiciones que registren los reglamentos y anuncios que circularen al público, en lo que no se oponga a las reglas establecidas en este capítulo".

Se ve entonces, que los numerales descritos en el Código de Comercio vigente son de aplicación al servicio de mensajería y paquetería en un ámbito general, más no de manera específica, como sería ideal, en virtud de que en primera instancia, se está regulando un contrato específico, que es el de transporte de tipo comercial, y en segundo término, si las reglas dispuestas se aplican al servicio aludido, es por la simple analogía que hay entre éstas dos figuras, por ser ambos actos de naturaleza mercantil.

2.1.2 LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Este ordenamiento jurídico vigente publicado en fecha 24 de diciembre de 1992, es de aplicación especial al servicio de mensajería y paquetería, en virtud de que, como lo dispone en su artículo 1º, "... El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores" (entendiendo a estos últimos como los usuarios del servicio de mensajería y paquetería). Además, el mismo artículo establece que "... sus disposiciones son irrenunciables, y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones en contrario".

En su artículo 2º, ésta ley entiende por Consumidor a "... la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final, bienes, productos o servicios. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros". Asimismo, dispone que se entiende por proveedor a "... la persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios".

Lo anterior es aplicable al servicio de mensajería y paquetería, ya que se puede entender por consumidor precisamente al usuario del servicio o cargador, quien es la persona que pide de primera mano el servicio. Mientras que la empresa de mensajería, bien es considerada como proveedor, en virtud de que da un servicio habitual y periódico de envíos de mensajes y paquetes a través de su transportación.

Los numerales antes mencionados son los que tienen un contenido de aplicación genérica al servicio materia del presente estudio. Sin embargo, hay otros artículos que son aplicables en aspectos más específicos, como son los derechos y obligaciones del consumidor y el proveedor, responsabilidades y prohibiciones, de los servicios prestados, así como de los procedimientos conciliatorios, de arbitraje y garantías, que hará su estudio en el apartado respectivo.

Resulta importante, que en esta ley se regula la figura de los contratos de adhesión, que son de especial trascendencia en el desarrollo del servicio de mensajería y paquetería, en base a que el usuario del servicio se adhiere a los términos y condiciones previamente estipulados por la empresa prestadora del servicio. El tema se regula en el Capítulo X “De los contratos de adhesión”, que va de los artículos 85 al 90. En este orden de ideas, el artículo 85 define al contrato de adhesión como “... el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato”.

La Secretaría de Economía (antes de Comercio y Fomento Industrial), mediante normas oficiales mexicanas, podrá sujetar los contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, PROFECO, si existe la posibilidad de incumplimiento, o bien, cuando esto implique prestaciones desproporcionadas, obligaciones inequitativas o abusivas en detrimento del consumidor (v. artículo 86). Sin embargo, las empresas prestadoras del servicio respectivo podrán inscribir voluntariamente su formato de contrato de adhesión, aún sin ser necesario, siempre que no se lesione los intereses de los usuarios (v. artículo 88).

Cuando se trate de adhesión sobre prestación de servicios, se incluirán por escrito los servicios adicionales, especiales y conexos que solicite el consumidor de forma opcional por conducto del servicio básico, esto según el artículo 86 bis; y además, el consumidor o usuario tendrá la prerrogativa de adquirir o no los mismos, independientemente de las que otras leyes señalen, según lo dispuesto en el artículo 86 ter. Asimismo, cualquier diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante PROFECO, y el utilizado en perjuicio del usuario del servicio, se tendrá por no puesta (v. artículo 86 Quáter). Al respecto, el artículo 90 establece que no serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

- I. Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones.

- II. Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el usuario consumidor incumpla el contrato.
- III. Trasladen al usuario consumidor o a un tercero la responsabilidad civil del proveedor.
- IV. Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales.
- V. Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de acciones que se promuevan contra el proveedor, o sea, la empresa prestadora del servicio.
- VI. Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de la Ley Federal de Protección al Consumidor, o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

2.1.3 LEY DE VÍAS GENERALES DE COMUNICACIÓN

Este cuerpo normativo, publicado el 19 de febrero de 1940 en el Diario Oficial de la Federación, es relevante en lo que respecta a la regulación jurídica del servicio de mensajería y paquetería, en virtud de que éste precepto regula lo relativo a las vías generales de comunicaciones, caminos federales; y específicamente, sobre el servicio de mensajería y paquetería, hace mención de aspectos genéricos de las vías de comunicación, la jurisdicción federal a la que están sometidas, así como lo referente a las concesiones, permisos y contratos celebrados en virtud de éstas. Lo anterior se dispone en el Libro Primero, Capítulos I "Clasificación", II "Jurisdicción" y III "Concesiones, permisos y contratos" de dicha ley. Se regula además, lo relativo a la explotación de las vías generales de comunicación, esto en el Capítulo VII, estableciéndose los requisitos, facultades y responsabilidad de los concesionarios o permisionarios, de manera amplia.

Sin embargo, cabe hacer la aclaración, que éste apartado sólo versará sobre aspectos generales de las vías de comunicación y el servicio de mensajería y paquetería; y que lo concerniente a permisos y concesiones de explotación de vías, derechos y obligaciones de los concesionarios, se tratará de manera completa, en el apartado respectivo.

La ley en cita, considera como Vías Generales de Comunicación, sólo a las rutas del servicio postal, esto en el artículo 1º (las que vienen a ser las vías de tipo federal), siendo partes integrantes de tales vías, como lo dispone el artículo 2º: los servicios auxiliares, obras,

construcciones, dependencias y accesorios de las vías, así como los terrenos y aguas que sean necesarios para el derecho de vía y para el establecimiento de los servicios y obras mencionados, siendo fijada la extensión de tales terrenos y aguas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

En el artículo 3º, se dispone que tanto las vías generales de comunicación como los medios de transporte que operen en éstas, quedarán sujetos sólo al ámbito federal, por lo que el poder ejecutivo federal ejercerá sobre éstas sus facultades por medio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, destacando la del otorgamiento, interpretación y cumplimiento de concesiones (fracción III); otorgamiento y revocación de permisos (fracción VI); aprobación, revisión o modificación de tarifas, circulares, horarios, tablas de distancia, clasificaciones y, en general todos los documentos relacionados con la explotación (fracción VIII). Esto es de especial importancia para las empresas de mensajería, porque se establece que éstas, al utilizar dichas vías, de cierto modo se sujetan al régimen federal, independientemente de la naturaleza mercantil que conllevan éstas.

A su vez, se tiene que toda controversia suscitada en lo relativo a la interpretación y cumplimiento de las concesiones y contratos, se decidirá por los términos contenidos en los mismos, por lo conducente en la Ley de Vías Generales de Comunicación y demás leyes especializadas, y en su defecto por el Código de Comercio; y a falta de preceptos de éstos, por lo que se disponga en el Código Civil del Distrito Federal en materia común, y para toda la República en materia Federal, aclarando que ya existe en la actualidad un Código Civil Federal, que bien sería el ordenamiento vigente idóneo y adecuado a aplicar, por la materia mercantil que se está tratando, llegando al extremo de que en defecto de todo lo anterior, se estará de acuerdo a las necesidades mismas del servicio público de que se trata. Así, se establece un margen muy amplio de supletoriedad del derecho, en lo que al tema de vías de comunicación se entiende, y siempre se actuara dentro del marco del derecho y del orden público establecido e interés social (artículo 4º de la Ley de Vías Generales de Comunicación).

2.1.4 LEY DE CAMINOS, PUENTES Y AUTOTRANSPORTE FEDERAL Y SU REGLAMENTO.

Esta ley, publicada en el Diario Oficial el 22 de diciembre de 1993, tiene un campo de aplicación amplio, por lo que regula desde la construcción, operación, explotación, conservación y mantenimiento de los caminos y puentes federales, hasta los servicios de autotransporte federal que en ellos operen, así como sus servicios auxiliares, considerados éstos de ámbito federal (v. artículos 1 y 5). Asimismo, establece la supletoriedad de otras leyes en el supuesto de falta de disposición expresa, remitiendo a la Ley de Vías Generales de Comunicación, así como a los Códigos de Comercio, Civil Federal, y Federal de Procedimientos Civiles (v. artículo 4). Además, dispone que para prestarse el servicio de mensajería y paquetería, debe contarse con un permiso otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, (ver artículo 8 fracción IV).

Es en ésta ley en la que por fin se contempla una disposición específica sobre el servicio de mensajería y paquetería, remitiendo en su Título Cuarto "De los servicios auxiliares al autotransporte federal", Capítulo I "Clasificación de los servicios auxiliares", se tiene al artículo 52 que a la letra expresa:

"Los permisos que en los términos de ésta Ley otorgue la Secretaría para la prestación de servicios auxiliares al autotransporte federal, serán los siguientes:

- I. Terminales de pasajeros;
- II. Terminales interiores de carga;
- III. Arrastre, salvamento y depósito de vehículos;
- IV. Unidades y verificación; y
- V. Paquetería y mensajería".**

Se establece entonces que el servicio de paquetería y mensajería estará condicionado al otorgamiento de los permisos respectivos que otorgue la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quienes así lo requieran y cumplan con las disposiciones legales, así como requisitos vigentes, quedando este servicio con carácter de auxiliar del autotransporte

federal, para efectos del otorgamiento de permisos, dándose así certidumbre sobre la naturaleza tan peculiar del mismo.

Al hacer una búsqueda de disposiciones aún más específicas que regulan a este servicio, sólo se contempla un solo artículo relativo, en el Capítulo VI, "Paquetería y mensajería", constante de un solo precepto, este es, el artículo 58, que a la letra dispone:

"La prestación del servicio de paquetería y mensajería requiere de permiso que otorgue la Secretaría en los términos de esta ley y estará sujeto a las condiciones que establezca el reglamento respectivo. A este servicio se le aplicarán las disposiciones de la carta de porte".

El contenido de dicho precepto no establece lineamientos amplios aplicables al servicio en estudio, que den certidumbre sobre la figura, en lo que a su forma, contenido y reglas se refiere; además, luego de hacer un análisis particular de esta ley, se tiene que no hay algún otro precepto que enuncie o regule en alguna forma el aludido servicio, siendo esto grave para la regulación jurídica del servicio, dejando "lagunas legales" en la normatividad específica de la mensajería y paquetería, ya que lo único cierto es que dicho servicio será objeto de aplicación de las reglas de la carta de porte, pero esto solo alude al aspecto formal del servicio.

Asimismo, se observa que la ley de este apartado contempla una definición de carta de porte, en la fracción II del artículo 2, que dice textualmente: "La carta de porte es el título legal del contrato entre el remitente y la empresa y por su contenido se decidirán las cuestiones que se susciten con motivo del transporte de las cosas; contendrá las menciones que exige el Código de la materia y surtirá los efectos que en él se determinen". Así, se tiene que el servicio de paquetería y mensajería, en lo relativo a la carta de porte, será regulado por dispositivos mercantiles. Esta ley, en lo sucesivo sólo regula aspectos de inspección, verificación y vigilancia, responsabilidad y sanciones.

Haciendo una breve alusión del Reglamento de Autotransporte Federal y Servicios Auxiliares, el objeto de este ordenamiento es precisamente regular los servicios de

autotransporte federal, tanto de pasajeros como de carga, y sus servicios auxiliares, siendo la autoridad competente para efectos administrativos y de aplicación de este reglamento, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (ver artículo 1).

Al revisar el Capítulo Quinto de este ordenamiento, denominado "Servicios Auxiliares", que debería regular algún aspecto en particular del servicio de mensajería y paquetería, tiene que no se hace alusión alguna al mismo, regulándose solo el tema de las terminales de pasaje, así como del arrastre, salvamento y depósito de vehículos, sin hacer mención del servicio estudiado en alguna parte, que se repite en todo el cuerpo de éste reglamento, limitándose sólo a establecer disposiciones relativas al transporte de carga, de pasajeros y turismo, así como arrendamiento, tarifas, condiciones de transporte responsabilidad, licencia federal de conductor, y recurso de reconsideración, no estableciéndose, en conclusión, artículo específico alguno que ataña al servicio de paquetería y mensajería.

2.1.5 JURISPRUDENCIA DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN.

Con relación a las jurisprudencias emitidas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, y que son aplicables al servicio de mensajería y paquetería, o que sólo se refieren al servicio, se efectuó una amplia búsqueda en el Semanario Judicial de la Federación, de todas aquellas tesis y ejecutorias que tuviesen relación con tal servicio, encontrándose que el número de éstas relativas al tema es sumamente escaso.

A continuación se describirán las principales tesis por orden de Épocas, iniciando con la Quinta Época, encontrándose en ésta una tesis aislada en materia penal relativa al monopolio federal en materia de correos, mencionando que "... El artículo 28 constitucional establece el monopolio necesario en materia de correos, en la misma forma como se encuentra establecido en todos los países del mundo, con base en que es incosteable el que un particular lleve a cabo dicho servicio, pero tal prohibición no autoriza a convertir en un delito la circunstancia de que un particular o sociedad distribuya correspondencia como parte de un negocio de mensajerías. (...) y por otra parte, no es humano, ni jurídico, ni constitucional, el

que los particulares no puedan valerse libremente de un servicio de mensajerías, con el objeto de enviar, por así convenirle a sus intereses, correspondencia y objetos diversos, por el medio que (las personas) crean más conveniente”⁷³.

De la misma época, y con relación al tema de la carta de porte, documento del que ya se estudio su importancia en la mensajería y paquetería, una tesis dispone que “... la carta de porte, sin necesidad de reconocimiento alguno, es prueba plena para todas las cuestiones de ejecución y cumplimiento del contrato celebrado entre el cargador y el porteador. Más surge otra cuestión: ¿qué fuerza probatoria tiene la carga de porte tratándose del consignatario?. Este es una persona extraña al contrato; sin embargo, si se da a su orden por la posesión del título, adquiere el derecho al cumplimiento, según la forma y condiciones en el contrato insertas; con más razón a la letra del documento habrá de atenerse, si se ha extendido al portador, pero sin afectar a otras relaciones jurídicas que puedan existir sobre la misma mercancía, entre remitente y destinatario. Por otra parte, el artículo 585 de nuestra ley mercantil, expresa: “la omisión de alguna de las circunstancias requeridas en el artículo 581, no invalidará la carta de porte, ni destruirá su fuerza probatoria, pudiéndose rendir sobre las que falten, las pruebas relativas”, (...) y contra las que no pueden oponerse más excepciones que la falsedad y el error material en su redacción, por lo cuál, las cartas de porte no deben considerarse, en cuanto al valor probatorio que jurídicamente les corresponde, como los demás documentos mercantiles, sino teniendo el carácter, por la importancia comercial que representan, de documentos privilegiados, semejantes, por este efecto, a las letras de cambio”⁷⁴.

En materia de cartas de porte, y de especial aplicación a la mensajería y paquetería, se tiene una tesis de la época citada, y que a la letra dispone: “La actividad del transportista constituye un servicio público que el Estado se ha reservado como una facultad propia, según lo dispone el artículo 8 de la Ley de Vías Generales de Comunicación; por consideraciones de política administrativa o económica del gobierno federal, la ley permite que el servicio público

⁷³ Semanario Judicial de la Federación. “ CORREO, DELITO DE VIOLACIÓN DEL MONOPOLIO FEDERAL DEL”. Amparo Penal Directo 9253/45. Quinta Época. Primera Sala. Materia penal. Tomo XCIX. 04 de marzo de 1949. Página 1543.

⁷⁴ Semanario Judicial de la Federación 1917-1985. Tesis Aislada. “CARTAS DE PORTE”. Amparo Civil Directo 23/20. Quinta Época. Tercera Sala. Materia civil. Tomo XXXVI. 16 de noviembre de 1932. Página 1704.

de referencia sea prestado por los particulares mediante una concesión administrativa. Pero, por la naturaleza y finalidad del servicio público, éste (el Estado) no puede renunciar a las facultades que la misma ley le otorga para imponer las condiciones, forma y tarifas en que debe prestarse (...). Ahora bien, cumpliendo con dicha disposición y una vez agotado el procedimiento que la ley señala para tal efecto, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes aprueba los modelos de carta de porte que contiene las condiciones en que debe efectuarse el servicio, las que no pueden ser modificadas por ningún motivo por los concesionarios del servicio ni por los terceros que intervengan en él (usuarios), ya que a todos obligan”⁷⁵.

Ya en la Octava Época, se encuentra una tesis de materia común relativa al cómputo de términos en el juicio de amparo, estableciendo que “... las agencias de mensajería solo pueden realizar el servicio de mensajería y paquetería, no así el de correos, el que de realizarlo, debe sujetarse a las condiciones señaladas en la Ley del Servicio Postal Mexicano. En otros términos, las agencias de mensajería solo son el medio para hacer llegar a su destino los envíos que contraten con el público en general, como puede serlo cualquier persona; de manera que en estos casos debe tenerse como fecha cierta de presentación de los documentos objeto de la remisión, la de su recibo y no aquella en que se hubiese contratado el servicio con la agencia utilizada con esa finalidad”⁷⁶.

Relativo a lo anterior, una tesis de materia común reitera que “... El depósito de promociones de las partes que residen fuera del lugar del juzgado o tribunal que conozca del juicio de amparo, o del incidente de suspensión, en empresas privadas que prestan el servicio de paquetería, no se encuentra dentro de los supuestos del artículo 25 de la Ley de Amparo, que únicamente autoriza a tener por presentadas en tiempo las promociones relativas cuando se depositen, dentro de los términos legales, en las oficinas públicas de correos o telégrafos

⁷⁵ Semanario Judicial de la Federación. Tesis Aislada. TRANSPORTE, CONTRATO DE, ESTA REGIDO EXCLUSIVAMENTE POR LAS CARTAS DE PORTE APROBADAS POR LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, SIENDO NULO TODO PACTO QUE MODIFIQUE SUS CONDICIONES. Amparo directo DC-435/73. Séptima Época. Volumen 56, sexta parte. Tribunales Colegiados de Circuito. Página 54. 24 de agosto de 1973.

⁷⁶ Semanario Judicial de la Federación. Tesis Aislada. “AGENCIAS DE MENSAJERÍA, CÓMPUTO DE LOS TÉRMINOS EN EL JUICIO DE AMPARO RESPECTO DE PROMOCIONES ENVIADAS A TRAVÉS DE,”. Reclamación en amparo directo en revisión 392/93. Octava Época. Tomo XIV. Tesis 2ª. II/94. Segunda Sala. Página 59. Julio de 1994.

que correspondan al lugar de residencia del promovente, por lo que aquel depósito no puede tomarse en cuenta para determinar la oportunidad en la presentación de la promoción respectiva”⁷⁷. Dicha tesis también es respaldada por otra de la novena época, que a la letra dispone que “... Para los efectos del juicio de garantías no puede surtir efectos la presentación de promociones ante empresas de mensajería privada, pues el artículo 25 de la Ley de Amparo es claro al disponer que cuando alguna de las partes resida fuera del lugar del juzgado o tribunal que conozca del juicio o incidente de suspensión, se tendrán por hechas las promociones si aquella deposita los escritos u oficios relativos en la oficina de correos o telégrafos que corresponda, y es claro que dentro del primer concepto no cabe el servicio de mensajería privada; (...) de tal manera que el servicio de mensajería que prestan los particulares, al constituir un medio distinto al que autoriza la ley para hacer legar la correspondencia, el cómputo respectivo de las promociones presentadas por ese medio, sólo puede hacerse conforme a la fecha de recepción ante el juzgado o tribunal correspondiente”⁷⁸.

En el rubro de la Novena Época, una tesis en materia laboral refiere que “... De conformidad con lo dispuesto por los artículos 8, 52 y 58 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, para realizar la prestación del servicio de envío de paquetería y mensajería, solo se requiere de un permiso expedido por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y no de una concesión, de manera que las controversias laborales en que sean demandadas empresas dedicadas al otorgamiento de ese servicio, corresponde dirimir las a las Juntas Locales de Conciliación y Arbitraje, por no actualizarse el supuesto previsto en el artículo 123, apartado A, fracción XXXI, inciso b), punto 2, de la Constitución Federal”⁷⁹,

⁷⁷ Semanario Judicial de la Federación. Tesis Aislada. “TÉRMINOS EN EL JUICIO DE AMPARO, CÓMPUTO EN LOS. NO PUEDE TOMARSE EN CUENTA LA FECHA DEL DEPOSITO DE PROMOCIONES EN EMPRESAS PARTICULARES DE PAQUETERÍA”. Reclamación 8/92. Octava Época. Tribunales Colegiados de Circuito. Tomo XI. Página 414. Mayo de 1993.

⁷⁸ Semanario Judicial de la Federación. Tesis Aislada. “PROMOCIONES PRESENTADAS EN EMPRESAS DE MENSAJERÍA PRIVADA. PARA LOS EFECTOS DEL CÓMPUTO RESPECTIVO EN EL JUICIO DE GARANTÍAS NO DEBE ATENDERSE A LA FECHA EN QUE SON RECIBIDAS POR ÉSTAS, SINO A AQUELLA EN QUE SE PRESENTAN ANTE EL ÓRGANO JUDICIAL RESPECTIVO. Amparo en revisión 35/99. Novena Época. Tomo XX, 1º. 116 K. Tribunales Colegiados de Circuito. Página 1325. Octubre de 1999.

⁷⁹ Semanario Judicial de la Federación. “COMPETENCIA LABORAL. CORRESPONDE A LAS JUNTAS LOCALES DE CONCILIACIÓN Y ARBITRAJE CONOCER DE LAS CONTROVERSIAS EN QUE SEAN DEMANDADAS EMPRESAS QUE PRESTAN SERVICIOS DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA. Competencia 116/97. Tesis Aislada 2ª LXIII. Novena Época. Tomo V. Segunda Sala. Página 251. Junio de 1997.

circunscribiendo a la materia al ámbito local, en lo que a relaciones laborales con los mensajeros respecta.

Otra tesis en materia administrativa de la misma Época dispone que "... El servicio de entrega de mensajes y paquetería con equipo de transporte propio que prestan ciertas compañías, tomando en cuenta su naturaleza, se asemeja a un servicio postal o de correo; por lo que de acreditarse la actividad relativa, su clasificación será dentro del grupo y fracción correspondiente a "comunicaciones", concretamente dentro de "servicios postales", del artículo 13 del Reglamento para la Clasificación de empresas y Determinación del Grado de riesgo del seguro de Riesgos de Trabajo de la Ley del Seguro Social"⁸⁰. Pero lo anterior es solo para efectos de dicha ley, y no hay que entender que el servicio de mensajería y paquetería como tal, quedará circunscrito al ámbito de los correos, situación que ya se aclaró por las tesis ya referidas.

Como se observa, hay un campo ciertamente limitado en lo que concierne a tesis de jurisprudencias sobre el servicio de mensajería y paquetería, y por tanto, no hay suficiente material para efectuar un estudio más amplio en éste ámbito.

2.2 APLICACIÓN DE LAS DISPOSICIONES DE LA CARTA DE PORTE A LA PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.

Se ha visto que el servicio de mensajería y paquetería, por su misma naturaleza, se lleva a cabo mediante la actividad de un acto de transporte, en este caso, de un envío, ya sea un mensaje o un paquete, lo que implica que las disposiciones del contrato de transporte, y más específicamente, de la carta de porte, le tienen que ser aplicadas al mismo, independientemente de que la ley también así lo establece.

⁸⁰ Semanario Judicial de la Federación. Tesis Aislada I.7º. A. 24 A. "SEGURO SOCIAL. CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO DE MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA EN EL SEGURO DE RIESGO DE TRABAJO". Amparo Directo 3007/98. Novena Época. Tomo VIII. Tribunales Colegiados de Circuito. Página 1209. Octubre de 1998.

Se tiene que las disposiciones del Código de Comercio regulan la materia del servicio de mensajería y paquetería, en el Título Décimo “de los transportes por vías terrestres o fluviales”, en su Capítulo I “Del contrato mercantil de transporte terrestre”; en el **artículo 581**, se dispone textualmente que el porteador de mercaderías o efectos deberá extender al cargador una carta de porte, de la que éste podrá pedir una copia, cabiendo mencionar que sus características ya fueron estudiadas anteriormente.

El artículo 583 del mismo precepto reitera, en su parte primera, que “... los títulos legales del contrato entre el cargador y el porteador serán las cartas de porte, por cuyo contenido se decidirán las cuestiones que ocurran sobre su ejecución y cumplimiento, sin admitir más excepciones que la falsedad y error material en su redacción.” Se tiene entonces a la carta de porte como el medio material en el que se plasma el contrato, o en su caso, las cláusulas sobre el servicio de mensajería y paquetería, lo que es frecuente observar en los empaques o en la papelería que se adhiere a los envíos.

En el servicio de paquetería y mensajería, la carta de porte es fundamental, ya que en este se plasman los datos necesarios para identificar a las partes contratantes, así como lo transportado en el servicio, mencionando que ciertas empresas la denominan guía de envío; por consiguiente, se tendrán por aplicables las reglas de la carta de porte. Dicha carta debe extenderse por escrito, bastando solo la intervención del remitente o usuario y del prestador del servicio de paquetería y mensajería, en la práctica del servicio se expiden tres ejemplares, dándose el primero para el usuario, que será firmado por el mismo; el segundo ejemplar es para el destinatario, en donde se estila que firme de recibido, o bien, en un acuse de recibo; y el tercer ejemplar será para el porteador o prestador del servicio, a manera de comprobante; todos los ejemplares deben ser firmados por el expedidor o empresa prestadora del servicio. En este es común la presencia de la adhesión, y así, la empresa prestadora del servicio tiene a su disposición formatos idénticos de la carta de porte o guías, solo para ser llenados con los datos del usuario del servicio y con los del destinatario, conteniendo en su reverso el clausulado vigente, por el que se regirá el servicio en cuestión, siendo la adhesión regulada en la Ley Federal de Protección al Consumidor, de la que ya hubo referencia.

2.3 DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Los derechos y obligaciones de las partes en los contratos de mensajería y paquetería, emanan inevitablemente de la regulación jurídica del contrato de transporte, en virtud de que aquellos son modalidades de ésta convención mercantil, constituyéndose éste contrato de transporte en la fuente de disposiciones reguladoras de los citados servicios.

Aplicable al servicio de mensajería y paquetería, cabe recordar que "... el contrato de transporte es un contrato sinalagmático o bilateral perfecto, lo que significa que el acto crea obligaciones a cargo de cada una de las partes, esto es, el cargador y el porteador están recíprocamente obligados el uno hacia el otro, por ser un contrato de tracto sucesivo o de ejecución continuada, dado que las prestaciones recíprocas que pone a cargo de una u otra parte, no se agotan en un instante, sino que se proyectan en el tiempo, hasta la extinción del contrato, por lo que las partes quedan vinculadas y obligadas la una hacia la otra, hasta la extinción del contrato"⁸¹.

Sobre el tema de las obligaciones mercantiles, se menciona que "... los regímenes legales con derecho privado diferenciado, como el de México, suelen reconocer al derecho común como fuente supletoria de las leyes mercantiles (artículo 2 Código de Comercio y artículo 2 fracción IV Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito), por manera que en ellos la teoría general de las obligaciones civiles cumple el mismo desempeño respecto de las obligaciones mercantiles"⁸². Así, se reitera que son aplicables al ámbito mercantil los preceptos conducentes del Código Civil en materia de obligaciones y contratos.

A su vez, en el sistema jurídico mexicano, se establece que las fuentes de las obligaciones mercantiles son: el contrato, la ley, la declaración unilateral de voluntad, la responsabilidad objetiva, el enriquecimiento ilegítimo, el acto ilícito y la gestión de negocios, además, y como fuente autónoma, para el caso de que así lo establezca una ley

⁸¹ Soler Aleu, Amadeo. Transporte Terrestre. Editorial Astrea. Buenos Aires, 1980. p. 51.

⁸² Arturo Díaz Bravo. Contratos Mercantiles. 6ª edición. Editorial Oxford University Press – HARLA. México. 1998. pp. 4 y 7.

determinada, se tiene a la costumbre ⁸³, siempre que la aplicación de ésta, se encuentre reconocida en la legislación mercantil, como su fuente complementaria. La Ley Federal de Protección al Consumidor también cuenta con algunas disposiciones aplicables a la regulación de los derechos y obligaciones de las partes en el servicio de mensajería y paquetería, regulan esto en el Capítulo X "De los contratos de adhesión" de la citada ley, que se estudiará a continuación.

2.3.1 DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL USUARIO (CARGADOR)

El Código de Comercio menciona en los artículos 588 y 601 del Código de Comercio, las obligaciones a las que el cargador está obligado, siendo las que a continuación se enuncian:

1. Entregar las mercancías (en nuestro caso particular, envíos y mensajes) en las condiciones, lugar y tiempo convenidos;
2. Dar los documentos necesarios, para el libre tránsito y pasaje de la carga;
3. Atenerse a los decomisos, multas y demás penas que se le impongan por infracción de las leyes fiscales, y a indemnizar al porteador de los perjuicios que se le causen por la violación de las mismas;
4. Resentir las pérdidas y averías de las mercancías que procedan de vicio propio de ellas o de casos fortuitos, salvo lo dispuesto en los incisos IX y X del artículo 590 del ordenamiento en cita;
5. Indemnizar al porteador de todos los daños y perjuicios que por falta de cumplimiento del contrato hubiere sufrido; así como de todas las erogaciones necesarias que para cumplimiento del mismo y fuera de sus estipulaciones que hubiese hecho en favor del cargador (usuario);
6. Remitir con oportunidad la carta de porte al consignatario, de manera que pueda hacer uso de ella al tiempo de llegar la carga a su destino final (en el caso del servicio de mensajería y paquetería, el remitente o destinatario se quedará con una copia de tal documento).

⁸³ Cfr. Idem. p. 6.

El artículo 601 menciona que el cargador está obligado a declarar el contenido de los bultos que comprenda la carga, si así lo exigiere el administrador de la empresa al tiempo de recibir los objetos para su conducción, sin que en ningún otro caso pueda compelérsele a esa revelación, lo que es aplicable en la práctica al servicio de mensajería y paquetería.

En la práctica cotidiana, una obligación accesoria del cargador o usuario es la consistente en que éste debe entregar su envío en el establecimiento respectivo de la empresa, debidamente empaquetado, embalado y rotulado. Esta obligación suele asumirla a su costa, las empresas de mensajería y paquetería, ya sea para evitar eventualidades, y asegurarse del exacto embalaje o acomodo de los paquetes, para hacer sus servicios más atractivos, llamando así la atención de clientes potenciales.

A su vez, el artículo 589 del Código de Comercio contempla los derechos de los que dispone el cargador o usuario del transporte, aplicable esto al servicio de mensajería y paquetería según sea el caso:

- I. Variar la consignación de las mercancías mientras estuvieren en camino, si diere con oportunidad la orden respectiva al porteador y le entregare la carta de porte expedida a favor del primer consignatario;
- II. Variar, dentro de la ruta convenida, el lugar de la entrega de la carga, dando oportunamente al porteador la orden respectiva, pagando la totalidad del flete estipulado y canjeando la carta de porte primitiva por otra, debiendo indicar al porteador el nuevo consignatario, si lo hubiere.

Cabe mencionar que una vez contratados los servicios en estudio, pocas veces el usuario o cargador se dará cuenta de dichas variaciones, toda vez que prácticamente los servicios de paquetería y mensajería se contratan a través de formatos redactados por el prestador del servicio. Así, la Ley Federal de Protección al Consumidor establece textualmente en su artículo 86 Ter, que "... en los contratos de adhesión de prestación de servicios (que son los usualmente celebrados entre empresas de mensajería sus usuarios), el consumidor gozará de las siguientes prerrogativas":

- I. Adquirir o no la prestación de servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico;
- II. Contratar la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos con el proveedor que elija;
- III. Dar por terminada la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico en el momento que lo manifieste de manera expresa al proveedor, sin que ello implique que proceda la suspensión o la cancelación de la prestación del servicio básico. El consumidor solo podrá hacer uso de ésta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo pactado; y
- IV. Las demás prerrogativas que señalen otras leyes o reglamentos.

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubiesen sido incluidas de manera expresa en el clausulado del contrato de adhesión de que se trate. Con esto, se tiene que la fracción IV de dicho artículo da libertad y amplio criterio de aplicación de los contenidos de otros dispositivos legales que complementen las posibles lagunas de la legislación mercantil, en beneficio del consumidor o usuario del servicio de mensajería y paquetería, que bien pueden ser el Código de Comercio, el Código Civil Federal, la Ley de Vías Generales de Comunicación, por citar unas.

Asimismo, los consumidores o usuarios del servicio de mensajería y paquetería bien pueden acogerse al beneficio del contenido del artículo 86 Quater de la ley referida, el cual dispone: "... cualquier diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor y el utilizado en perjuicio de los consumidores, se tendrá por no puesta". También se tiene, en sentido protector hacia el consumidor usuario del servicio en estudio, lo establecido por el artículo 90, que dice: "No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando":

- I. Permitan al proveedor (del servicio) modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;

- II. Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;
- III. Trasladen al consumidor o a un tercero (en el caso del servicio de mensajería y paquetería, se refiere a destinatario) que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;
- IV. Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;
- V. Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor, y
- VI. Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

2.3.2 DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LA EMPRESA DE MENSAJERÍA O PAQUETERÍA (TRANSPORTISTA).

Los derechos y obligaciones contempladas para el porteador en el contrato de transporte, en estricto sentido son aplicables a la empresa de mensajería y paquetería, con la que se contrata el servicio, no así con sus empleados que realizan la actividad de organización, administración, embalaje y transporte de los mensajes o paquetes.

Así, el artículo 577 del Código de Comercio dispone que el porteador, en este caso la empresa, salvo pacto en contrario, puede, estipular con otros la conducción de las mercancías al subcontratar la entrega de los envíos. En ese supuesto, conservará tal carácter respecto de la persona con quien haya contratado primero, y tomará el de cargador con relación a la segunda. El último porteador tendrá la obligación de entregar la carga al consignatario, sin que sea necesario de que éste se entere de la subcontratación.

El artículo 581 del Código de Comercio dispone la obligación del porteador de mercaderías o efectos, en este caso empresa de mensajería y paquetería, consistente en que éste debe extender al cargador un documento, conocido como carta de porte, y que es prácticamente el documento que plasma el contrato que se firma con la empresa de

mensajería y paquetería, de la que podrá pedir una copia, mismo al que ya se hizo alusión en el apartado respectivo. De manera concreta, el artículo 590 del Código de Comercio señala, a modo de relación, que el porteador está obligado:

- I. A recibir las mercancías (para efectos del servicio de mensajería y paquetería, envíos de mensajes o paquetes) en el tiempo y lugar convenidos;
- II. A emprender y concluir el viaje (envío), dentro del plazo estipulado, precisamente por el camino que señale el contrato, si así es pactado;
- III. A realizar el viaje, desde luego, si no hay término ajustado, y en el más próximo a la fecha del contrato, si acostumbrare a hacerlos periódicamente;
- IV. A cuidar y conservar las mercancías (envíos) bajo su exclusiva responsabilidad, desde que las reciba hasta que las entregue a satisfacción del consignatario o destinatario;
- V. A entregar las mercancías (envíos) al tenedor de la carta de porte o de la orden respectiva en defecto de ella;
- VI. A pagar, en caso de retardo imputable a éste, la indemnización convenida, o si no se ha estipulado el perjuicio que haya causado al cargador, deduciéndose en uno y otro caso el monto respectivo del precio del transporte;
- VII. A entregar las mercancías (envíos) por peso, cuenta y medida, si así están consideradas en la carta de porte, a no ser que estén envasados, pues entonces se cumplirá con entregar éstos sin daños exteriores;
- VIII. A probar que las pérdidas o averías de las mercancías (envíos), o el retardo en el viaje, no han tenido por causa su culpa o negligencia, si es que alega no tener responsabilidad en esos acontecimientos;
- IX. A pagar las pérdidas o averías que sean a su cargo con arreglo al precio que a juicio de peritos tuvieren las mercancías en el día y lugar en que debía hacerse la entrega, debiendo en este caso los peritos atender a las indicaciones de la carta de porte;
- X. A cubrir al cargador o consignatario los daños y perjuicios que resientan, ya por su culpa, ya porque no se dé cumplimiento al contrato relativo.

Los derechos del porteador, de los que goza la empresa de mensajería y paquetería, se contemplan en el 591 del Código de Comercio, disponiéndose que éste tiene derecho a:

- I. Recibir la mitad del porte convenido si por negligencia o culpa del cargador (usuario del servicio) no se verificare el viaje;
- II. A percibir la totalidad del porte convenido, si por negligencia o culpa del cargador (usuario) no se verificare el viaje, siempre que, en base a lo previsto en el convenio de transporte, hubiere destinado algún vehículo con el exclusivo objeto de verificar el transporte de lo enviado, descontándose lo que el porteador hubiese aprovechado por conducción de otras mercancías en el mismo vehículo;
- III. A rescindir el contrato, si comenzado el viaje impidiere su continuación un acontecimiento de fuerza mayor;
- IV. A continuar el viaje, removido el obstáculo a que alude la hipótesis anterior, si no hiciere uso de la facultad que él consigna, siguiendo la ruta designada en el contrato o, si no fuere posible, la que sea más conveniente; y si ésta resultare más dispendiosa y más larga, podrá exigir el aumento de los costos y el del porte en proporción al exceso; pero sin cobrar nada por los gastos y tiempo de la detención;
- V. A exigir del cargador (usuario del servicio) la apertura y reconocimiento de los bultos que contengan las mercancías en el acto de su recepción; y si éste, previo requerimiento, rehusare u omitiere tal diligencia, el porteador quedará libre de responsabilidad que no provenga de fraude o dolo;
- VI. A que el consignatario (destinatario) le reciba de la carga averiada las mercancías que estén ilesas, siempre que, separadas de las averiadas, no sufrieren disminución en su valor;
- VII. A retener las mercancías transportadas, mientras no se le pague el porte, y
- VIII. A promover el depósito de las mercancías ante la autoridad judicial del lugar en que haya de hacerse la entrega, si en él no encontrare al consignatario (empresa de mensajería y paquetería) o a quien lo represente, o si hallándolo rehusare recibirlas, previo siempre el reconocimiento de su estado por peritos.

Además de lo anterior, las empresas de transportes (empresa de mensajería y paquetería) observarán las condiciones que registren los reglamentos y anuncios que circularen al público, en lo que no se oponga a las reglas establecidas en el aludido Código de Comercio (v. artículo 597 del mismo).

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, se tiene que en el Capítulo VI "De los servicios", se regulan ciertas disposiciones aplicables a las empresas de mensajería y paquetería, como proveedoras de un servicio. El artículo 57 de dicha ley dice: "En todo establecimiento de prestación de servicios, deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles. Las tarifas de los demás, en todo caso, deberán estar disponibles al público".

2.3.3 DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL DESTINATARIO (CONSIGNATARIO)

Cabe señalar que el consignatario o destinatario no es propiamente una parte integral del contrato de transporte ni del servicio de mensajería y paquetería, sino que es el beneficiario de la celebración y los efectos del mismo. Es la persona a la cual va dirigido el respectivo envío por el que se contrata el servicio; aún así, la ley le confiere facultades especiales, así como obligaciones. Así, es evidente que puede adquirir derechos por la vía del contrato y también que puede hacerlos valer en su propio nombre, ya sea para su beneficio o para terceros.

El artículo 595 del Código de Comercio establece las obligaciones fundamentales del consignatario, y éstas se pueden asimilar en lo conducente para el destinatario del servicio, como son las siguientes:

- Recibir las mercancías sin demora siempre que lo permita su estado y que tengan las condiciones expresadas en la carta de porte;

- Abrir y reconocer los bultos, sobre o paquetes que contengan lo enviado en el acto de su recepción, observándose que, cuando así se lo solicite el porteador, y el consignatario rehusare cumplir esta obligación, el porteador quedará libre de responsabilidad que no provenga de fraude o dolo;
- Devolver la carta de porte otorgada, o en su defecto, el recibo respectivo, y pagar excepcionalmente al porteador el porte y demás gastos convenidos por la entrega;
- Ejercer, desde la recepción de lo enviado, los derechos que competan contra el porteador, cualesquiera que sean, exigiéndole las responsabilidades que haya contratado, debiendo reportar, en caso de negligencia, los perjuicios que ésta cause;
- Cumplir con las órdenes del cargador, dándole cuenta, sin pérdida de tiempo, de lo que ocurra en relación con las mercancías porteadas.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, no hay disposición expresa alguna, que aluda a derechos y obligaciones del beneficiario de un servicio, en este caso, destinatario del servicio de mensajería y paquetería, porque como ya se estudio, éste no forma en sí parte del contrato pactado entre usuario cargador y empresa porteadora, y más bien, éste podría gozar de los beneficios de que goza el usuario consumidor, a los que alude dicha ley, en un supuesto de que la empresa en cuestión incumpla con lo pactado para la entrega del envío, y que tal acontecimiento afecte los intereses del destinatario, por lo que entonces, el destinatario bien podría subrogarse en los derechos del usuario principal, y hacer valer las acciones correspondientes, que se estudiarán en el apartado correspondiente.

2.4 REQUISITOS Y CONDICIONES LEGALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA

La figura sobre la que van a recaer las cualidades necesarias para que se otorguen las respectivas autorizaciones administrativas, y que debe cumplir ciertas condiciones, es la persona moral o empresa prestadora del servicio de mensajería y paquetería, "... siendo su

presencia fundamental, en tanto que no puede concebirse la empresa, sino como el ejercicio profesional de una actividad económica organizada para la producción o cambio de bienes o servicios. Los actos que efectúa el empresario (persona que está al frente de la empresa y ejerce la actividad económica) a través de su empresa, son actos en masa”⁸⁴. “Por empresa debemos entender no precisamente un sujeto, como es el empresario, sino más bien el ejercicio de su actividad por medio de la organización de los factores de la producción. Considerada desde un punto de vista objetivo, la empresa se tiene cuando existe la combinación de elementos personales y reales en función de producir o dar bienes o servicios dentro del mercado en general para satisfacer necesidades diversas a las del empresario.”⁸⁵

Toda empresa de mensajería y paquetería que quiera explotar un servicio de tal magnitud, debe en primera instancia estar legalmente constituida como persona moral, ante Notario Público, con las formalidades que la ley requiera, y luego entonces, establecida su finalidad, obtener una concesión o permiso expedido por el Poder Ejecutivo Federal, esto en términos de lo establecido por la Ley de Vías Generales de Comunicación, fundándose lo anterior en su artículo 1, en el que se considera que toda vía general de comunicación y los medios de transporte que operen sobre ellas, estarán sujetos a los poderes federales que el Ejecutivo Federal ejerce mediante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Sobre las condiciones legales que se establecen para las empresas concesionarias del servicio en cuestión, éstas deben cumplir con ciertas obligaciones específicas inherentes a su actividad comercial, las que consisten en⁸⁶:

- Aceptar el transporte de efectos a los que están facultados y obligados para conducir.
- Respetar las tarifas establecidas, con aprobación dada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- Apegarse al contenido establecido en sus respectivas guías, contratos o cartas de porte, registradas y aprobadas por la Procuraduría Federal del Consumidor.

⁸⁴ Vázquez del Mercado, Óscar. Op. Cit. P. 231.

⁸⁵ Idem.

⁸⁶ González López, Raúl. Op. Cit. P. 106.

- Realizar el transporte por las rutas especificadas en la concesión, si es que así es el caso, así como emplear en el servicio los vehículos que satisfagan las condiciones de seguridad, higiene, capacidad, peso y demás especificaciones técnicas, a los que deberá procurárseles el debido mantenimiento, o su sustitución por unidades que cumplan las mismas condiciones.
- Acatar las disposiciones que dicte la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Procuraduría Federal del Consumidor, así como los convenios suscritos y aprobados por las mismas.
- Construir e instalar terminales, bodegas, estaciones y sucursales necesarias para la prestación eficaz del servicio.
- Suministrar a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes todo dato e información estadística que le sea requerida, así como informes sobre resultados económicos de las operaciones del servicio, con el sustento respectivo.

La Ley de Vías Generales de Comunicación vigente, regula en su capítulo VIII, lo relativo a la personalidad y bienes de las empresas sujetas a concesión, por lo que en el artículo 86, se establece que las bases constitutivas de las sociedades o empresas que exploten vías generales de comunicación, lo que es bien deberían ser aplicables a las empresas de mensajería y paquetería, así como los estatutos y reglamentos de sus relaciones con el público, se someterán a la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones, y sin este requisito no podrá surtir efecto alguno por lo que se refiere a la explotación de la vía de que se trata.

En este sentido, la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal dispone en su artículo 8 fracción IV que, para prestar el servicio de mensajería y paquetería, se requiere de un permiso, el que será otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, además de que los reglamentos respectivos señalarán los requisitos para el establecimiento, construcción, operación y explotación del servicio referido, y dicho permiso se otorgará a todo aquel que cumpla con lo dispuesto en ésta ley citada y en su reglamento; dichos permisos se otorgarán por tiempo indefinido, y a mexicanos o sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas (queriendo decir que también se otorgarán a sociedades extranjeras), en términos del respectivo reglamento, y la resolución correspondiente debe

emitirse en un plazo que no exceda de 30 días naturales, esto contado a partir del día en que se hubiese presentado la solicitud ya requisitada, y en caso de que la resolución sea compleja, se dará un término que no excederá de 45 días naturales, entendiéndose que si se excede de dicho plazo y no se emite resolución, ésta se entenderá como favorable (artículo 9 del referido ordenamiento).

Por tanto, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes llevará internamente un registro de las sociedades que presten servicios de Autotransporte o servicios auxiliares, como es el caso del servicio de mensajería y paquetería, de acuerdo a los artículos 10 y 11 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal. Una facultad de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes consiste en que ésta puede establecer modalidades en la explotación tanto de caminos y puentes, como en el servicio de autotransporte y servicios auxiliares, sólo por el tiempo que resulte estrictamente necesario, de acuerdo con el reglamento aplicable (v. artículo 12). Así, debe quedar claro que en ningún caso, la concesión o permiso, los derechos conferidos, caminos, puentes, servicios de autotransporte y servicios auxiliares, podrán cederse, hipotecar, gravar o enajenarse, así como los bienes afectos a los mismos, a ningún Gobierno o Estado extranjeros (v. artículo 14).

Según ésta ley en estudio, en su artículo 17 se establecen causas por las que las concesiones y permisos se podrán revocar, por lo que, para efectos de revocación al permiso para prestar el servicio de mensajería y paquetería, éste se dará por las siguientes causas:

- Por no cumplir sin causa justificada, con el objeto, obligaciones o condiciones del permiso.
- Reincidir en la aplicación de tarifas superiores a las autorizadas o registradas.
- Ejecutar actos que impidan o tiendan a impedir la actuación de otros prestadores de servicios o permisionarios que tengan derecho a efectuar también el servicio de mensajería y paquetería.
- Por no cubrir las indemnizaciones correspondientes en caso de daños que se originen con motivo de la prestación del servicio.
- Cambiar de nacionalidad el concesionario o permisionario, así como por ceder, hipotecar, gravar o transferir el permiso, los derechos en ellos conferidos o los bienes

afectos a los mismos, a algún gobierno o estado extranjero, o admitir a éstos como socios de las empresas permisionarias.

- Ceder o transferir los permisos o derechos conferidos, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- Modificar o alterar sustancialmente la naturaleza o condiciones de los servicios sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como prestar servicios diversos a los señalados en el permiso respectivo.
- No otorgar o no mantener en vigor la garantía de daños contra terceros.
- Incumplir reiteradamente cualquiera de las obligaciones o condiciones establecidas en la presente ley citada y en sus reglamentos, así como en el permiso respectivo.

Se dispone que el titular del permiso que hubiere sido revocado, estará imposibilitado para obtener otro nuevo dentro de un plazo de 5 años, contado a partir de que hubiere quedado firme la resolución respectiva.

En la actualidad y en la práctica, luego de hacer la correspondiente investigación de campo, el personal competente, que conoce de la materia estudiada, informó al sustentante, que cuando una determinada empresa desea efectuar la actividad del servicio de mensajería y paquetería, el respectivo apoderado legal tiene que acudir ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), específicamente a la Dirección General de Autotransporte Federal (DGAF), para tramitar lo relativo a permisos para prestar el servicio de mensajería y paquetería, curiosamente como una modalidad de Autotransporte de Carga en General, y no específicamente como un servicio de mensajería y paquetería; teniendo que presentarse ante las ventanillas de la Subdirección de Servicios de Autotransporte de Carga, la siguiente documentación:

- Solicitud de escrito libre.
- Declaración de características de vehículo.
- Factura, carta factura o contrato de arrendamiento.
- Póliza de seguro de responsabilidad civil por daños a terceros o fondo de garantía (Con cobertura equivalente a 19,000 días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal).

- Certificado de baja emisión de contaminantes.
- Acta de nacimiento, cartilla certificado de nacionalidad, carta de naturalización o pasaporte.
- Cédula, alta y/ o modificación ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Documento que acredite no tener adeudos en el pago de tenencias.
- Poder Notarial.
- Identificación oficial del promovente.
- Escritura constitutiva para persona moral.

Cabe mencionar que visto lo anterior, en la actualidad no hay normas o lineamientos escritos a las que deban constreñirse específicamente las empresas de mensajería y paquetería, en el desempeño de sus actividades, rigiéndose exclusivamente por disposiciones aplicables al contrato de transporte, en cierta medida al servicio postal, y a lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Finalmente, se expone en la Ley Federal de Protección al Consumidor en su Capítulo X "De los Contrato de Adhesión", una serie de disposiciones que regulan a dicho contrato, el cual es común que aparezca en todo servicio de mensajería y paquetería que se ostente como tal, consistente en el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga las cláusulas ordinarias de un contrato (artículo 85). En este sentido, el artículo 86 dispone que la Secretaría de Economía, mediante normas oficiales mexicanas, podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento. Las normas podrán referirse a cualesquiera términos y condiciones, excepto precio.

2.5 FORMALIDADES Y CONDICIONES DE TRANSPORTE

Las formalidades y condiciones en la actividad de transporte dada en el servicio de mensajería y paquetería, deben ajustarse a lo que disponga la legislación mercantil respectiva, independientemente de ciertos usos y costumbres en la aplicación de tales formalidades, tanto para el desempeño del servicio, como en la documentación requerida.

La formalidad en la mensajería y paquetería estriba en la expedición de un documento principal, por parte de la empresa porteadora, que es la carta de porte, con sus respectivos ejemplares para cada una de las partes (usuario, empresa y destinatario), mientras que las condiciones básicamente se refieren a las circunstancias en que se prestará el servicio, como bien puede ser, el tiempo en que se efectuará la entrega al destinatario, límites de peso y dimensiones del envío, medio por el que se realizará el servicio, empaques o embalajes a utilizar, costo del servicio, y artículos prohibidos para enviar, esto con total apego a la ley, situación que ya se ha estudiado con anterioridad.

En este sentido, la Ley de Vías Generales de Comunicación, en su artículo 79 establece que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará las formalidades que deban observarse en el uso de las vías generales de comunicación para la carga, descarga y transporte de las mercancías de tránsito por el territorio de la República.

Asimismo, el artículo 49 de la citada ley, dispone que "compete exclusivamente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el estudio y aprobación, revisión, modificación, cancelación o registro, en su caso, de itinerarios, horarios, reglamentos de servicio, tarifas y sus elementos de aplicación, y de los demás documentos que los prestadores de servicios de vías generales de comunicación sometan a su estudio en cumplimiento de la Ley de Vías Generales de Comunicación y de sus reglamentos".

La finalidad de lo anterior es brindar un buen servicio, por lo que es importante "... que al momento de solicitar la recolección del envío o documentar directamente en una sucursal de la empresa elegida, se cuente con la información completa de los nombres del remitente y destinatario, sus direcciones, que el envío esté perfectamente empacado con materiales que

garanticen el buen estado del envío, o bien, utilizar los servicios de empaque especializado de la empresa, y preferentemente, que el envío cuente con la respectiva etiqueta de remitente y consignatario⁸⁷.

2.5.1 FORMATOS COMÚNMENTE EMPLEADOS.

Se puede decir que los tipos de formatos que se utilizan en el servicio de mensajería y paquetería, son tan diversos y variados, tanto como el número de empresas dedicadas a dicha actividad. Pero independientemente de tal circunstancia, dichos formatos deben ajustarse a lo que el derecho disponga, y por ello, su contenido debe redactarse siguiendo las disposiciones de los artículos 2656 del Código Civil Federal y 581 del Código de Comercio, tema que ya fue estudiado en el capítulo I de este trabajo de investigación.

Además de los requisitos legales que debe contener toda carta de porte o guía, también es común que se plasmen, generalmente en el reverso del documento, las condiciones y cláusulas del contrato a las que se sujetan las partes, describiendo: la identificación o definición de las mismas, en especial, de la parte prestadora del servicio, de quien se hace mención de los respectivos derechos y obligaciones; la posibilidad del cargador remitente de contratar el servicio de valor declarado para asegurar el envío, con el respectivo pago extra por el mismo, ya que si no es declarado, en caso de extravío o pérdida del envío, la empresa sólo se hará responsable por un monto determinado; el plazo y forma en que se dirimirá alguna controversia o irregularidad que se presentase en la prestación del servicio por parte de la empresa de mensajería, situación que se resuelve por la misma de manera común mediante el pago de una cantidad determinada, o bien, mediante la prestación de otro servicio de la misma naturaleza que el originalmente dado, pero sin costo alguno; el domicilio y leyes a las que se sujetarán las partes en caso de controversia legal leyes que serán la Ley Federal de protección al Consumidor, y demás disposiciones civiles, incluyendo tribunales del fuero común, renunciándose expresamente a cualquier otro fuero que por su domicilio presente o futuro pudiera corresponderles; además, todos los derechos y obligaciones

⁸⁷ Cfr. Página de Internet www.multipack.com.mx. Consulta en fecha 20 de abril de 2003.

establecidos en el Código Civil, Código de Comercio y Ley de Vías Generales de Comunicación. Además, y como ya se estudio, lo anterior está contenido en el reverso del formato en forma de un contrato de adhesión, con apego a lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

2.5.2 CONDICIONES DE TRANSPORTE DURANTE EL DESPLAZAMIENTO Y EMBALAJE

En la actualidad, toda empresa de mensajería y paquetería que se ostente como tal, le concede vital importancia a la adquisición y uso de tecnologías adecuadas para el mejoramiento del servicio en cuestión. "Dentro del equipo de transporte, se diferencian dos categorías: los vehículos de transporte en sí, y aquellos que se requieren para las maniobras de carga y descarga, y cuentan con dispositivos adicionales especializados y acondicionados"⁸⁸.

Para efectos de transportar de manera individual el mensaje o paquete objeto del servicio de mensajería y paquetería, es indispensable que estos vayan debidamente cubiertos físicamente con un embalaje, entendiéndose como tal, "... la caja o envoltura con que se resguardan los objetos que han de transportarse; y por embalaje comercial, el que contiene los productos o géneros y es entregado a la clientela conjuntamente con ellos"⁸⁹.

"El carácter defectuoso o insuficiente de un embalaje es un concepto en muchos casos relativo, dependiendo de las circunstancias y condiciones no solo de la mercancía, sino también del propio viaje; el embalaje debe ser adecuado para soportar los probables rigores de un desplazamiento, sea por carretera, mar o vía aérea, así como de las operaciones de carga y descarga y demás circunstancias"⁹⁰; de ahí que no puede haber un solo tipo de embalaje para los envíos a transportar por la empresa de mensajería y paquetería, luego

⁸⁸ cfr. Islas Rivera, Víctor. "Estructura y Desarrollo del Sector Transporte en México". El Colegio de México. México. 1990. p. 198.

⁸⁹ Gran Enciclopedia Larousse. Tomo 8. op. Cit. p. 3632.

⁹⁰ Francisco José Sánchez Gamborino. Op. cit. p. 119.

entonces, el embalaje debe ser individualizado y responder a cada caso en particular, atendiendo a las dimensiones y peso de cada cosa enviada.

Ciertamente, en la práctica del servicio, las condiciones estarán sujetas al medio de transporte en que se efectúe (vía terrestre, aérea o marítima), y por ello, las partes, en especial la empresa, deben tener cierta visión y conocimiento de las condiciones por las que pasará el envío, por lo que el personal a cargo de la empresa deberá saber qué tipo de empaques o embalajes serán necesarios para realizar una correcta transportación, corriendo los gastos de los mismos por lo general a cargo del cargador remitente o usuario, salvo que se estipule lo contrario.

Sobre el tema del embalaje del envío, se tiene que la empresa denominada United Parcel Services UPS, hace la diferencia entre envío de mensajes y paquetes. Para el envío de mensajes, esto es, documentación en general, ésta es introducida en sobres de cartón ligero; si es que es un envío de tipo muy urgente, y si se trata de documentación más delicada o importante, se requerirá un empaque de cartón más grueso para su transporte, y si se trata de planos o mapas enrollados, se puede usar un envase cilíndrico o triangular, de cartón o plástico; para el envío de objetos en general, esto entendido propiamente como paquetería, la gama de embalajes es mucho más amplia, en virtud de la naturaleza de cada objeto a transportar, ya sea que se trate de objetos planos, circulares, o bien, basándose en el peso del objeto, que puede ir desde unos cuantos gramos, hasta decenas de kilogramos. También se disponen reglas para el empaque y embalaje correcto, tales como:

- Usar una caja de cartón rígido con solapas intactas, de preferencia nueva y de cartón ondulado.
- Envolver cada artículo por separado.
- Utilizar material especial para el almohadillado del envío que irá dentro de la caja, como plástico con cápsula de aire, bolas de poliestireno, espuma, divisores de cartón ondulado, o periódico arrugado.
- El cierre de caja, debe ser con seguridad, con cinta plástica adhesiva reforzada, y resistente al agua, y aplicar dos a tres capas de esta cinta.

- No utilizar cordeles ni envoltorios de papel, ya que estos se desatan y rompen con el manejo del paquete.
- Colocar las respectivas etiquetas de identificación, y si se añade sobre, pegar este a la caja en un envoltorio plástico o de papel, a efecto de que no se caiga.
- Se recomienda colocar duplicado de la etiqueta de identificación en el interior de la misma⁹¹.

Para el caso de paquetes de gran peso o dimensión, se añadirán etiquetas especiales para diferenciarlo de los otros paquetes, y además, las cajas deben de ser de materiales más resistentes o robustos, costuras cosidas, resistentes a la humedad, los materiales de almohadillo serán más densos, y no deben unirse paquetes de diversas dimensiones o pesos, sino más bien solo irán juntas cajas del mismo tamaño y peso. Se tiene la opción de que el mismo usuario use sus propios tipos de empaques, en virtud de que el objeto a enviar puede tener características singulares, y que posiblemente la empresa de mensajería no cuente con el embalaje adecuado. El costo de los embalajes, desde luego, tiene un costo especial.

2.5.3 SEGURO APLICABLE CONTRA DAÑOS

En el servicio de mensajería y paquetería, se aplican los respectivos seguros de transporte, pudiendo ser contratados tanto por la empresa de paquetería y mensajería como por el usuario, quedando contemplados en las respectivas pólizas de seguro, a efecto de resarcir un daño o pagar una cantidad indemnizatoria de dinero en caso de que llegase a ocurrir un siniestro, durante la transportación del paquete o mensaje, que repercuta en la cosa transportada, sea una pérdida parcial o total, quedando así debidamente asegurado. Con base en la Ley sobre el Contrato de Seguro vigente, se tiene el seguro de transporte terrestre (v. artículos 138 a 144) y el seguro contra la responsabilidad (v. artículos 145 a 150).

⁹¹ Cfr. www.ups.com Consulta en fecha 20 de junio de 2003.

Sobre el seguro de transporte terrestre, cabe mencionar que dicha ley dispone que podrán ser objeto del contrato de seguro contra todo riesgo de transporte, todos los efectos transportables por los medios propios de la locomoción terrestre, comprendiendo dicho seguro todos los gastos necesarios para el salvamento de los objetos asegurados (v. artículos 138 y 139). Se reitera que el seguro lo podrán contratar no solo los propietarios de los efectos a transportar, sino todo aquel que tenga interés jurídico o responsabilidad en su conservación (en este caso, las empresas de mensajería y paquetería), manifestando el motivo y artículo por el que se contrata el seguro (v. artículo 140).

Los requisitos que debe contener la póliza de seguro respectiva, según lo dispuesto en los artículos 20 y 141 de la mencionada ley, son:

- Los nombres y domicilios de las partes contratantes del seguro; y firma de la empresa aseguradora.
- La denominación de la empresa que se encargará del transporte.
- La descripción del punto en donde la empresa de mensajería y paquetería reciba los artículos asegurados, y en el que deban de entregarse.
- La designación del efecto a transportar que se va a asegurar, así como sus calidades específicas, con expresión de números de bultos y marcas.
- La naturaleza de los riesgos garantizados.
- El momento a partir del cual se garantiza el riesgo, y la duración del respaldo.
- El monto de la garantía.
- La cuota o prima del seguro.
- Las demás cláusulas que deban figurar en la póliza, tanto por ley, como las que lícitamente convengan las partes.

En el supuesto de deterioro por vicio propio de la cosa, o bien por el simple transcurso del tiempo, la empresa aseguradora justificará judicialmente el estado de los efectos asegurados, dentro de las veinticuatro horas siguientes al aviso que de su llegada al lugar deba entregarse al asegurado, y sin esta justificación no será admisible la excepción que proponga para eximirse de su responsabilidad como asegurador, tal y como lo reglamenta el artículo 142 de la Ley en cita; y tal como lo dispone el artículo 144, el asegurado no tendrá

obligación de avisar la enajenación de la cosa asegurada ni denunciar a la empresa la agravación del riesgo, por ser ésta situación independiente al riesgo que pudiese sobrevenir.

Aludiendo al seguro de responsabilidad, en este la empresa transportadora tiene la obligación de pagar la indemnización que deba a un tercero, en virtud de un hecho que cause un daño previamente contemplado en el contrato de seguro (v. artículo 145), y como reglas generales aplicables al seguro de responsabilidad, la ley del contrato de seguro regula que, los gastos que resulten de los procedimientos seguidos contra el asegurado estarán a cargo de la empresa, salvo convenio en contrario, además de que el seguro de responsabilidad atribuye el derecho a la indemnización directamente al tercero dañado, quien se considerará como beneficiario del seguro desde el momento del siniestro; por tanto, si el tercero es indemnizado en todo o en parte por el asegurado, éste deberá ser reembolsado proporcionalmente por la empresa.

Asimismo, el aviso sobre la realización del siniestro que importe responsabilidad, deberá darse tan pronto como se exija la indemnización para el asegurado, y en caso de juicio civil o penal, el asegurado proporcionará a la empresa aseguradora todos los datos y pruebas necesarios para la defensa correspondiente (v. artículos 146, 147, 149 y 150 de la Ley sobre el Contrato de Seguro).

2.6 PAGO Y EFECTOS DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA

Los efectos del servicio de mensajería y paquetería, se darán según se trate si el servicio se cumplió satisfactoriamente, o bien no se cumplió, ya sea de forma parcial o total, esto último pudiendo ser imputable ya sea al usuario o a la empresa. Así, el resultado final para ambas partes constituye la terminación del contrato o servicio, llegando así a su perfección y a la concreción de los efectos buscados por ambas partes, que en este caso viene a ser la prestación de un servicio para el usuario, a cambio de una contraprestación económica, y la realización del respectivo transporte, teniendo a un tercero como beneficiado de éste servicio, siendo este el destinatario, y por tanto, el pago del servicio de mensajería y

paquetería prestando, correrá ya sea a cargo del usuario o por el destinatario, según se haya pactado, esto en efectivo, sea al contado o en parcialidades.

A título personal del sustentante, los efectos del servicio de mensajería y paquetería serán el que el envío haya llegado en las condiciones deseadas a su destinatario, que el usuario haya hecho el respectivo pago de la contraprestación del servicio, o bien, haya pactado la forma en que se realizará el pago; que el prestador del servicio reciba en su beneficio dicho pago; y que el destinatario reciba el envío a su plena satisfacción, o sea, básicamente que se cumpla con los derechos y obligaciones de cada una de las partes contratantes y beneficiarias.

CAPITULO 3

OPERACIÓN Y PROBLEMÁTICA EN EL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.

3.1 EVENTUALIDADES E INCUMPLIMIENTO DEL SERVICIO

Incumplir con una actividad o una encomienda, implica desencadenar una serie de consecuencias no deseadas, independientemente si fueron previstas o no, ya que no se quería que ese fuese el resultado. El incumplimiento en el servicio de mensajería y paquetería, conlleva no efectuar el servicio de la manera esperada, esto es: que el envío objeto del servicio no llegue a su destino, o llegue demorado, o que no se haya entregado al destinatario, o bien, no se haya entregado la cosa en el estado deseable, o sea, con daños; o que definitivamente el envío se haya destruido o perdido.

El incumplimiento puede ser total o parcial. El incumplimiento total se da cuando en el caso de que el transporte no se realice, que se puede deber por falta de iniciación, o sea, cuando el transporte ni siquiera se ha puesto en marcha; y en segundo lugar, puede deberse a la falta de conclusión del transporte, en el supuesto de una vez iniciado, éste no llega a terminarse, independientemente de las causas.

Los motivos de incumplimiento pueden ser de tipo objetivo o subjetivo; los de tipo subjetivo se darán en razón de si fue por voluntad del transportista o por voluntad del usuario; mientras que los motivos de tipo objetivo, se darán en base a causas de fuerza mayor, caso fortuito, vicios del medio de transporte, vicios en el objeto a transportar, o destrucción del mismo.

3.1.1 POR CAUSAS INHERENTES AL CARGADOR

En cuanto a un posible incumplimiento del servicio contratado por parte del cargador o usuario, éste se da en razón a que el mismo cambie de parecer y se arrepienta de haber contratado el servicio, situación que generalmente se da cuando el usuario una vez que entrega la cosa o documento a enviar, se retracta de su voluntad. En éste sentido, el artículo 578 del Código de Comercio establece que el contrato de transporte (en este caso, servicio de mensajería y paquetería), es rescindible a voluntad del cargador o usuario, antes o después de comenzarse el viaje, pagando en el primer caso al porteador (en este caso empresa prestadora del servicio) la mitad, y en el segundo la totalidad del porte; siendo obligación suya recibir los efectos en el punto y en el día en que la rescisión se verifique, y si no cumpliere con esta obligación, o no cubriere el porte al contado, el contrato no quedará rescindido. De hecho, estas situaciones son poco usuales, ya que las empresas, para la celebración plena del servicio, requieren por lo general el objeto a transportar a la vista, y ya debidamente empaquetado.

Otro supuesto de incumplimiento, se da en el caso de que el usuario del servicio no pague el importe del mismo, ya sea de forma parcial o total, situación que podría generar las

correspondientes acciones civiles, aclarándose que tal situación es poco común en la práctica del servicio, ya que por lo general, para la celebración plena de la contratación del servicio, se requiere liquidar en su totalidad el monto del mismo, y de no ser así, no se tendrá por celebrado ninguna contratación, y esto solo se llegaría a dar en el supuesto de pactar el pago del servicio en parcialidades, o al momento de su entrega.

En la hipótesis de que el usuario o remitente declare direcciones erróneas, en virtud de las cuales el transportista no pudiese efectuar la entrega del envío pactado, en el servicio de mensajería y paquetería se observa que "... éste por regla general, tratará de encontrar la correcta por todos los medios razonables a su alcance. Si finalmente se obtiene la dirección correcta y corresponde al mismo lugar de destino, se le notificará al remitente la corrección y se le hará un cargo adicional, de acuerdo con una Guía de Tarifas vigente, por la entrega o el intento de entrega en la dirección correcta, quedando esto a criterio de cada empresa en particular"⁹².

3.1.2 POR CAUSAS INHERENTES A LA EMPRESA TRANSPORTISTA

El incumplimiento del servicio por parte de la empresa transportista de mensajería y paquetería, que suele ser el caso más común, se da en virtud de algún vicio o anomalía en el desempeño del servicio de mensajería y paquetería, inherente a la misma empresa, que bien puede ser: falla o retraso en el medio de transporte a utilizar; error de la empresa en cuanto al lugar de entrega; saturación de la carga de trabajo, con un consecuente retraso en la entrega; pérdida o daños en la cosa a enviar durante su trayecto o manejo; en general, negligencia por parte del personal en el cuidado del envío, o mala organización en el esquema de distribución y manejo del mismo.

En el caso del transporte internacional de mercancías, que sean enviadas del territorio de la República Mexicana a una nación extranjera, el artículo 78 de la Ley de Vías Generales de Comunicación, menciona que la empresa mexicana que expida la carta de porte, será

⁹² Cfr. Página de Internet www.ups.com. Consulta en fecha 20 de junio de 2003.

responsable, conforme a la ley y ante los tribunales de la República, por las pérdidas o averías que ocurran en sus líneas. Lo será igualmente por las pérdidas o averías que ocurran en las líneas extranjeras, si ha extendido carta de porte o conocimiento directo, siempre que la pérdida o avería ocurra en el trayecto amparado por el conocimiento, sin perjuicio de exigir indemnización de las empresas directamente responsables, y esto no priva al remitente y al tenedor de la carta de porte, de ejercer, ante los tribunales extranjeros y contra las líneas extranjeras, los derechos que le otorguen las leyes del país respectivo.

Por otra parte, el artículo 84 de la Ley de Vías Generales de Comunicación, alude que en el caso de retraso en el transporte por causas imputables a la empresa de mensajería y paquetería, se dará lugar a la devolución parcial o total del porte cobrado, en forma y términos que establezca el reglamento respectivo, y pago de los perjuicios inmediatos correspondientes. En el reglamento se fijarán los términos de duración de los transportes, pasados los cuales se considerará que hay retraso.

Al incumplimiento en el servicio de mensajería y paquetería, también se le aplica el contenido de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y al respecto, en su capítulo XI denominado "Del incumplimiento", el artículo 91 reitera que el prestador del servicio respectivo, incurrirá en un incumplimiento en el supuesto de que ésta no devuelva al consumidor usuario del servicio los pagos hechos en exceso del precio máximo establecido o estipulado, en virtud de que dicho monto es recuperable; además, el artículo 92 establece el derecho de los consumidores a la reposición del producto, bonificación, compensación o devolución de la cantidad pagada, a su criterio, cuando se den ciertas irregularidades en la calidad de lo ofrecido, y de ahí se deviene la obligación de la empresa responsable a satisfacer dicho derecho, proveniente de un incumplimiento de la misma. El plazo para realizar la respectiva reclamación será dentro de un lapso de dos meses siguientes a la fecha de recibido el producto (en este caso la prestación del servicio), y por lo general se presentará ante el que realizó el servicio, o ante las oficinas centrales respectivas de la empresa, la cual debe dar cumplimiento a lo pactado en un plazo no mayor de 15 días contados desde la fecha de reclamación (artículo 93).

En toda carta de porte o guía, debe quedar estipulado necesariamente el plazo en el que se efectuará la entrega del envío, porque de no ser así, o de no estipularse un plazo, el usuario o cargador no podrá objetar ni inconformarse por un servicio extemporáneo; en este supuesto, si no se estipuló plazo, "... éste se deberá cumplir al plazo que razonablemente corresponda a un transportista diligente, habida cuenta de las circunstancias, las que deben tenerse en cuenta a efecto de calcular dicho plazo razonable, que son de toda índole: distancia, dificultad del recorrido, clima, obstáculos al transporte, condiciones sociales y políticas, etc., y otras inherentes al propio transportista y la celeridad de sus medios ofrecidos, como lo rápido o lento del vehículo empleado, de si se trata o no de un producto perecedero, la exactitud de las informaciones facilitadas al transportista, las contingencias del viaje, como contingencias y rutas de acceso, actos de las autoridades, uso de otros medios alternativos de transporte, entre otros⁹³".

Para determinar el incumplimiento, las comprobaciones de calidad, especificaciones y características, sea del producto o servicio, se regulan en el numeral 94 y estas se efectuarán conforme a la norma oficial mexicana aplicable, y a falta de ésta, se sujetarán a las normas, métodos o procedimientos que determine la Secretaría de Economía o alguna otra dependencia competente del Poder Ejecutivo Federal, previa audiencia de los interesados.

En esta hipótesis, se tiene que prácticamente no hay alguna norma oficial mexicana vigente, que trate el tema del servicio de la mensajería y paquetería, y propiamente dicho, tampoco hay métodos ni procedimientos formalmente establecidos por el Ejecutivo Federal para la regulación del mismo, simplemente, como se ha estudiado, se está a las disposiciones que regulan el contrato de transporte, así como algunas reglas del servicio postal o correo, independientemente de que las demás disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor le sean aplicables al servicio de mensajería y paquetería, teniéndose el caso particular, consistente en la aplicación de las normas tipo ISO 9000, 9001, normas que son de naturaleza comercial o empresarial, para fines de otorgar reconocimientos a empresas que se destacaron por su buen servicio y calidad, más no son disposiciones jurídicas que regulen particularmente el servicio.

⁹³ Francisco José Sánchez Gamborino. Op. Cit. p. 189.

3.1.3 POR CAUSAS DE FUERZA MAYOR O CASO FORTUITO

“La complejidad de las operaciones de comercio internacional (entre las que se cuenta el servicio de mensajería y paquetería internacional) y el ámbito heterogéneo de desarrollo efectivo de un contrato de transporte (por el cual se lleva a cabo el servicio en comento) por dos o más países, determinan con frecuencia la aparición de obstáculos y trabas de todo orden en la ejecución del servicio y entrega de la mercancía o envío al destinatario. Así, el transportista (empresa de mensajería y paquetería) se encuentra ante hechos sobrevenidos, como por ejemplo, condiciones meteorológicas adversas, cierre de fronteras internacionales, interrupción física del tráfico de vehículos en determinadas vías, errores en la denominación de las personas interesadas o en su domicilio, o en la descripción de la propia mercancía o envío, o ruta a seguir, y otras circunstancias, que impiden el cumplimiento normal de la actividad comprometida”⁹⁴.

Es en éstos supuestos donde aparecen las figuras de la fuerza mayor y del caso fortuito, cuyas definiciones deben tenerse claras al momento de abordar el estudio de este apartado; así, se entiende por fuerza mayor, como el “... acontecimiento ajeno a la conducta del deudor y producido al margen de la misma con fuerza incontrastable, liberando al obligado de la responsabilidad del incumplimiento de la obligación”⁹⁵; en tanto, el caso fortuito es entendido como “... el acontecimiento que no ha podido ser previsto, pero que, aunque lo hubiera sido, no habría podido evitarse”⁹⁶.

Es de aclarar que, en palabras del jurista Jorge A. Sánchez-Cordero Dávila, “... parte de la doctrina sostiene que la fuerza mayor es el acontecimiento extraño al deudor (fuerza de la naturaleza, hecho de tercero, actos del Estado), en tanto que el caso fortuito se produce en el interior de la esfera de responsabilidad del deudor y en consecuencia no sería liberatorio. También se opina que la fuerza mayor indica lo insuperable del obstáculo, en tanto el caso fortuito se refiere al origen externo del obstáculo. Lo importante (para el objeto del caso de la mensajería y paquetería) es que ambas expresiones como se emplean en la legislación civil

⁹⁴ Francisco José Sánchez Gamborino. Op. cit. p. 134.

⁹⁵ Pina, Rafael de, y Rafael De Pina Vara, op. Cit. p. 296.

⁹⁶ Ibidem, p. 148.

vigente, producen los mismos efectos y la posible distinción, carece de interés. En este orden de ideas, las características del caso fortuito y la fuerza mayor son⁹⁷:

- a) Irresistible.- Se traduce en una imposibilidad absoluta de cumplimiento.
- b) Imprevisible.- Debe ser una situación no determinable. La sociedad exige del deudor que tome todas las precauciones que puedan evitar el incumplimiento.
- c) Exterior.- El acontecimiento debe ser externo, es decir, debe producirse fuera de la esfera de responsabilidad del deudor.

En el caso de incumplimiento del servicio de mensajería y paquetería en virtud de alguna causa de fuerza mayor o caso fortuito, el artículo 579 del Código de Comercio reitera que el contrato de transporte, en este caso, servicio de mensajería y paquetería, se rescindirá de hecho antes de emprenderse el viaje, o durante su curso, si sobreviniere algún suceso de fuerza mayor que impida verificarlo o continuarlo, como: declaración de guerra, prohibición de comercio, intercepción de caminos u otros acontecimientos análogos. Así, en estos casos, cada uno de los contratantes perderá los gastos que se hubiesen realizado, si es que el viaje no se ha verificado; y si está en curso de realizarse, el porteador o empresa de mensajería tendrá derecho al pago del porte proporcional respecto del camino recorrido, así como la obligación de presentar las cosas enviadas para su respectivo depósito a la autoridad judicial del lugar geográfico en que ya no sea posible continuarlo, comprobando y recabando la constancia relativa de hallarse en el estado consignado en la carta de porte, de cuyo hecho dará conocimiento oportuno al cargador o usuario del servicio, quedando estos a su plena disposición (v. artículo 580).

3.2 RESPONSABILIDAD DE LAS PARTES Y LIMITACIONES

La dogmática jurídica dispone que un individuo es responsable cuando de acuerdo con el orden jurídico, es susceptible de ser sancionado. Así, la responsabilidad presupone un

⁹⁷ Diccionario Jurídico Mexicano. Artículo de Jorge A. Sánchez-Cordero Dávila y Carlos Vidal Riveroll. Tomo I. Op. Cit. p. 430.

deber del cual debe responder el individuo. La responsabilidad en términos generales, "es la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho, de conocer y aceptar las consecuencias de un acto suyo inteligente y libre. Y también la relación de causalidad que une al autor con el acto que realiza, vinculando en aquel las relaciones nacidas de los efectos de éste. Es decir, que la responsabilidad es, en su sentido general, la mera capacidad abstracta de responder, que no exige para existir, la presencia del hecho que motive su realización concreta, sino que tiene bastante con la posibilidad de que éste hecho se presente"⁹⁸.

En lo que refiere al daño, este es elemento de la responsabilidad, entendiéndose como tal, el "... deterioro, menoscabo, destrucción, ofensa o dolor que se provocan a una persona, como en sus valores morales y sociales"⁹⁹. "En el transporte de mercaderías se estimará como daño cualquier merma en su valor que experimenten dichos efectos desde su entrega al transportador, sus funcionarios, empleados o agentes, hasta que éstos sean puestos a disposición del destinatario"¹⁰⁰.

Un principio general aplicable en la práctica, consiste en que "... el porteador, en virtud de que asume profesionalmente los riesgos inherentes al ejercicio de la actividad de transportes, responde en principio, por todos los resultados dañosos que se le ocasionen a la carga, excepto aquellos provenientes de caso fortuito o fuerza mayor, vicios de la carga, o por hechos imputables al usuario o al destinatario, o por la injerencia de un tercero del que no responda la empresa"¹⁰¹.

La determinación de la responsabilidad de una persona por los daños producidos a terceros, hace responsable a las siguientes personas:

- Al operador del vehículo medio de transporte, con o sin derecho, cuando éste haga uso del mismo en el momento de ocasionarse los daños.

⁹⁸ Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana ESPASA – CALPE. Op. Cit. Tomo 50. p. 1311. Artículo de los autores Dubuisson y Vigouroux, de la obra "Responsabilité Penale et Folie". Francia 1914.

⁹⁹ Diccionario Jurídico Mexicano. Op. Cit. Tomo II. p. 811. Artículo de Carmen García Mendieta.

¹⁰⁰ Rodríguez Jurado, Agustín. Código Aeronáutico Internacional". 1ª edición. Editorial Abeledo – Perrot. Buenos Aires. 1992. p. 108.

¹⁰¹ Soler Aleu, Amadeo. Transporte Terrestre. 1ª edición. Editorial ASTREA. Buenos Aires. 1980. p. 75.

- A la persona que se ha conferido directa o indirectamente la responsabilidad del uso del vehículo.
- En el caso de que haya varios operadores responsables, y no se pueda determinar el grado de responsabilidad de cada uno, estos responden solidariamente de la misma, para el caso de que a la empresa no le competa responder por el daño causado, como es el caso de la responsabilidad penal¹⁰².

Sobre el tema de la responsabilidad en el servicio combinado, esto es, cuando dos o más empresas de mensajería y paquetería sean las encargadas de prestar el servicio en cuestión, el artículo 74 de la Ley de Vías Generales de Comunicación menciona que el último porteador está obligado a entregar la carga, conforme a la carta de porte expedida por el primero, en las condiciones y con las responsabilidades respectivas, quedando a salvo su derecho contra la empresa en cuya línea haya ocurrido algún hecho u omisión de que responda el mismo último porteador, por lo que la responsabilidad de cada porteador comienza en el momento en que recibe la carga, y termina cuando la entrega.

En lo relativo a la limitación o causas de exención de la responsabilidad, se disponen diversas causales en particular. "... Primeramente, no hay responsabilidad de la empresa de mensajería y paquetería, si los daños causados son a raíz directa de conflictos armados o disturbios civiles, o bien si el vehículo de transporte, ha sido retenido por un acto de autoridad pública"¹⁰³. Otra causal de limitación se observa si el daño es causado por culpa o negligencia del usuario del servicio, o del destinatario, o bien de terceros ajenos al servicio. La limitación de responsabilidad que la ley previene en beneficio del transportista no se hará efectiva si se determina que los daños son resultado de actos dolosos de la empresa respectiva, de sus dependientes o de sus empleados.

"El porteador o empresa de mensajería y paquetería, para liberarse de responsabilidad por las causas mencionadas, deberá probar la excusa absoluta, y ausente esta prueba, responde por el daño o pérdida de los efectos encargados para su traslado. No se debe perder de vista que el porteador es deudor de una obligación determinada o de resultado: él

¹⁰² Pino Muñoz, Jacinto Héctor. La legislación aérea de México y Centroamérica. UNAM. México. 1978. p. 52.

¹⁰³ Idem. p. 59

promete llevar sana y salva la carga al lugar de destino, asumiendo profesionalmente los riesgos inherentes a esos actos¹⁰⁴.

El Código de Comercio en su artículo 592 reitera, que la responsabilidad del porteador, (en este caso, empresa de mensajería y paquetería), cuando se de el caso de una pérdida, desfalco o avería sobre la cosa transportada, se extinguirá cuando el envío se reciba sin ninguna reclamación, así como luego de transcurridos seis meses, si el servicio se efectuó dentro de la República, o transcurrido un año, si dicho servicio se verificó en el extranjero, y no haya reclamación de por medio.

El artículo 69 de la Ley de Vías Generales de Comunicación establece que las empresas de transporte no tienen derecho para limitar la responsabilidad que les impone esta ley con motivo del transporte, excepto en los casos siguientes:

- a) Aquellos en que una tarifa fije cuotas más bajas que las ordinarias, a cambio de que la empresa asuma la obligación de pagar por la mercancía, en caso de pérdida, no el valor real de ésta, sino uno menor señalado en la tarifa; y
- b) Aquel en que la tarifa sea reducida porque la empresa quede relevada de responsabilidad o limitada ésta, por retardo que le sea imputable en la entrega de la mercancía.

En cualquiera de los casos anteriores, el público podrá elegir si su envío será o no asegurado, por lo que esto implica que se podrá escoger libremente la aplicación de una u otra tarifa respectiva.

3.3 INDEMNIZACIÓN Y REEMBOLSO

“Cuando una persona causa a otra un daño, ya sea intencionalmente, por descuido o por negligencia, es responsable de las consecuencias dañosas que la víctima ha sufrido. Se

¹⁰⁴ Soler Aleu, Op. Cit. p. 91.

dice que una persona es civilmente responsable, cuando está obligada a reparar el daño material o moral que otro ha sufrido. La reparación del daño tiende a colocar a la persona lesionada en la situación que disfrutaba antes de que se produjera el hecho lesivo. Sólo cuando la reparación o restitución no son posibles, la obligación se cubrirá por medio del pago de una indemnización en numerario, con el que se satisface o pretende satisfacer el daño material o moral causado a la víctima. Ya no se trata de restituir o reparar, sino de indemnizar a través de un monto en dinero¹⁰⁵.

Así, se entenderá por indemnización, la "... cantidad de dinero o cosa que se entrega a alguien en concepto de daños o perjuicios que se le han ocasionado en su persona o en sus bienes (o en su persona y bienes a la vez). Importe del daño que la empresa aseguradora está obligada a resarcir al ocurrir el siniestro o la suma de dinero que debe pagar al producirse éste ¹⁰⁶".

Debe destacarse la diferencia con el reembolso, el cual consiste en "... volver una cantidad de dinero a poder del que la había desembolsado, o bien, es el pago de una cantidad debida¹⁰⁷"; también se le entiende como la "... acción y efecto de recobrar lo que se ha dado, fuere de la forma que fuere, ya sea en metálico, por medio de mercancías o documentos de crédito, como sucede en el comercio"¹⁰⁸, teniéndose entonces que el reembolso es precisamente una restitución o reparación en el patrimonio del usuario, por parte de la empresa encargada de prestar el servicio en comento, reembolsándose entonces la cantidad pagada por la contratación del envío.

El Código de Comercio, en su artículo 590, dispone con relación a la materia de la indemnización y el reembolso, en el supuesto de no verificarse el cumplimiento del servicio de mensajería y paquetería contratado, que el porteador está obligado, a pagar las pérdidas o averías que sean a su cargo, con arreglo al precio que a juicio de peritos tuvieren las mercancías en el día y lugar en que debía hacerse la entrega, debiendo en este caso los

¹⁰⁵ Diccionario Jurídico Mexicano. Artículo de Ignacio Galindo Garfias. Tomo 3. Op. Cit. p. 1679.

¹⁰⁶ Diccionario de Derecho. Rafael De Pina. Op. Cit. p. 317.

¹⁰⁷ Gran Enciclopedia Larousse. Tomo 19. p. 9290.

¹⁰⁸ Enciclopedia Universal Ilustrada Espasa – Calpe. Tomo 49. p. 1466.

peritos atender a las indicaciones de la carta de porte, y en general, a cubrir al cargador o consignatario los daños y perjuicios que resientan.

La Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 92, establece que los consumidores, tienen derecho a la bonificación, compensación o devolución de la cantidad pagada, a su elección, en el caso de que el producto, en este caso servicio prestado de mensajería y paquetería, no corresponda a la calidad, especificaciones y demás elementos sustanciales bajo los cuales se haya ofrecido; dicha reclamación podrá presentarse dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se haya prestado el servicio, y el proveedor debe satisfacer la reclamación en un plazo que no excederá de 15 días contados a partir del día de la reclamación, según lo dispuesto en el artículo 93.

3.3.1 DETERMINACIÓN DE LA INDEMNIZACIÓN

Para comprender cómo opera la determinación de la indemnización a pagar al usuario del servicio de mensajería y paquetería, en caso de que este se efectúe de manera deficiente, se puede considerar el contenido del artículo 77 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que a la letra dice: "Todo bien o **servicio** que se ofrezca con garantía deberá sujetarse a lo dispuesto por ésta ley y a lo pactado entre proveedores y consumidor"; esta disposición se aplica en el sentido de que el servicio de mensajería y paquetería estará respaldado, en su clausulado por las disposiciones legales conducentes, manifestando que el mismo se llevará a cabo de manera pronta y eficaz.

A su vez, en el artículo 79 de la ley en mención, se establece que "las garantías ofrecidas no pueden ser inferiores a las que determinen las disposiciones aplicables ni prescribir condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente corresponden al consumidor. El cumplimiento de las garantías es exigible, indistintamente, al productor y al importador del bien o servicio, así como al distribuidor, salvo en los casos en que alguno de ellos o algún tercero asuma por escrito la obligación."

Dispositivo importante es el artículo 82 de la misma ley, ya que establece que "... el consumidor puede optar por pedir la rescisión o la reducción del precio, y en cualquier caso, la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa u objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para los usos a que habitualmente se destine o que disminuyan su calidad o la posibilidad de su uso. Cuando el consumidor opte por la rescisión, el proveedor tiene la obligación de reintegrar el precio pagado".

3.3.2 PÉRDIDA DEL DERECHO A LA INDEMNIZACIÓN

En el servicio de mensajería y paquetería, para que se de la pérdida de la facultad a obtener el derecho de indemnización que goza tanto el usuario del servicio como el destinatario, según reglas especificadas en el cuerpo de la carta de porte o guía, será necesario que concurran ciertas circunstancias en el desarrollo del servicio, como pueden ser:

- Por no concurrir el destinatario al lugar especificado a recoger el respectivo envío (en un plazo previamente estipulado al celebrarse el contrato, y que varía en cada empresa), en el supuesto de que así se haya pactado, o bien, por no acudir en un plazo determinado (suele acostumbrarse el término de 72 horas); para el caso de que éste no haya sido localizado en el domicilio o lugar establecido en la carta de porte o guía, causándose con tal hecho un daño o merma en la calidad del envío;
- Cuando se trate de productos perecederos, o que por su naturaleza impliquen riesgo o peligro para los demás objetos a enviar, para el medio de transporte, o en general, para el medio o la población circundante, procediéndose a la respectiva destrucción del envío correspondiente;
- Por rehusarse el usuario a permitir la apertura y reconocimiento del envío a transportar, pudiendo quedar libre la empresa de mensajería y paquetería de todo deber de cubrir la respectiva indemnización;
- Por incorrecta o incompleta información del domicilio del destinatario proporcionada por el usuario;

Con relación al tema en estudio, el artículo 1913 del Código Civil Federal, aplicable al servicio de mensajería y paquetería, dispone en cuanto a la responsabilidad, que "... cuando una persona hace uso de mecanismos, instrumentos, aparatos o sustancias peligrosas por sí mismos, por la velocidad que desarrollen, por su naturaleza explosiva o inflamable, por la energía de la corriente eléctrica que conduzcan o por otras causas análogas, está obligada a responder del daño que cause, aunque no obre ilícitamente, a no ser que demuestre que ese daño se produjo por culpa o negligencia inexcusable de la víctima". Así, el servicio de mensajería y paquetería, para la realización de su cometido, que es el transporte de envíos, es objeto de aplicación del contenido del citado artículo, en virtud de la utilización de diversos tipos de vehículos para tal fin, con su consecuente factor de riesgo al momento de efectuarse el desplazamiento de los respectivos vehículos, sean de tipo terrestre, marítimos o aéreos.

Sin embargo, en este orden de ideas, referente a la pérdida del derecho de las partes a obtener la indemnización de los daños sufridos como consecuencia de una eventualidad, distinta a las contenidas en el rango descrito, sobre las cosas enviadas, el artículo 1914 del Código Civil Federal establece que "... cuando sin el empleo de mecanismos, instrumentos, etc., a que se refiere el artículo anterior, y sin culpa o negligencia de ninguna de las partes se producen daños, cada una de ellas (empresa de mensajería y paquetería y usuario) los soportará sin derecho a indemnización".

3.4 ACCIONES DE REPARACIÓN

El porteador debe realizar "... la entrega de los efectos fielmente, en el tiempo convenido o señalado y en el lugar pactado, y en consecuencia, debe emplear todas las diligencias y medios practicados por las personas exactas en el cumplimiento de sus deberes en casos semejantes, para que la carga no se deteriore; y responde, en consecuencia, por las averías, pérdidas o extravíos de los efectos confiados a su traslado, salvo lo previsto por la ley. Para liberarse de la responsabilidad, deberá probar una excusa absolutoria, y ausente

esta prueba, responde por el daño, pérdida o extravío de la carga, es decir, responde por el valor económico incorporado a la carga¹⁰⁹.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, no hay en estricto sentido, algún dispositivo que aluda a alguna acción de reparación en virtud de algún incumplimiento en el servicio de mensajería y paquetería; sin embargo, se puede aplicar el contenido del Capítulo X denominando "De los contratos de adhesión", ya que para la prestación de servicios de paquetería y mensajería, es común que se observe su documentación a través de los llamados contratos de adhesión, los cuales son condicionados, en singular, como el "... documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga las cláusulas ordinarias de un contrato. Todo contrato de adhesión celebrado en territorio nacional, para su validez, deberá estar escrito en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista (v. artículo 85 Ley Federal de Protección al Consumidor).

En esta perspectiva, para el caso de acciones de reparación, no queda más que aplicar el contenido del artículo 92 de la citada ley, el cual dispone que los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto, a la bonificación, compensación o devolución de la cantidad pagada, a su elección, en el siguiente caso aplicable al servicio de mensajería y paquetería:

"II. Si el bien no corresponde a la calidad, marca, o especificaciones y demás elementos sustanciales bajo los cuales se haya ofrecido".

"... La acción resarcitoria puede ser ejercida por el cargador o el destinatario, en la medida del interés de cada uno, con el fin de procurarles el resarcimiento del daño sufrido. En consecuencia, para ejercer la acción y estar legitimados activamente para ello deben probar, que la mora, la avería o la pérdida les ha ocasionado un perjuicio"¹¹⁰.

¹⁰⁹ Ibidem. p. 103.

¹¹⁰ Soler Aleu, Amadeo, op. cit. P. 77.

3.4.1 DAÑO REPARABLE

Debe entenderse, para efectos del servicio de mensajería y paquetería, por daño reparable aquel percance producido en agravio del usuario o del destinatario, y que consiste regularmente en el retraso en la entrega del envío, y que no produce más afectación que la demora en sí de lo enviado, aunque en el supuesto de que se produjera un daño de gran magnitud, e irreparable, las circunstancias de enmienda podrían complicarse para la empresa que presta el servicio. Además, para que se constituya un daño reparable, es básico que no se presente un daño físico o alteración esencial en la mercancía o cosa enviada, siendo la excepción que dicho percance sea subsanable o irrelevante para las funciones y naturaleza de la cosa enviada.

En la hipótesis de daño reparable, la empresa simplemente se compromete en caso de incumplimiento, por costumbre a la Ley Federal de Protección al Consumidor y al Código de Comercio, a terminar de realizar el envío, o bien devolver el paquete no enviado al remitente usuario, además de la devolución del dinero pagado a ésta, o bien, a realizar otro servicio sin cargo adicional.

3.4.2 DAÑO IRREPARABLE

Un daño irreparable consistirá en la pérdida de la carga, lo cual debe entenderse como "... no solo su sustracción o extravío, sino también como la destrucción material de los efectos que los inutilice para su fin, aunque los restos estén presentes. En este supuesto la indemnización, que es una compensación jurídica que equivale al valor que tenían los efectos extraviados, sustraídos o dañados totalmente, de acuerdo con el valor que tendrían los efectos el día y lugar de la entrega. La determinación de la indemnización debida por el porteador al cargador o destinatario, es una cuestión de hecho que debe probarse, pudiéndose acreditar por cualquier medio de prueba admitido por ley"¹¹¹ .

¹¹¹ Soler Aleu, Amadeo, op. cit. p. 105.

Obsérvese que el daño irreparable es un acto lesivo de tipo irreversible, ya sea para el remitente o para el destinatario, o bien para ambos, por el que no se tiene posibilidad de resarcimiento total, aún si la empresa mensajera cubriera los gastos de envío, otorgara otro servicio gratuito, o bien, indemnizara justamente a las partes afectadas.

Una forma de evitar dicho tipo de daño, es precisamente asegurar por parte del remitente usuario, el envío objeto del servicio, por lo que si se presentase algún daño irreparable, la empresa aseguradora sólo se limitaría al pago del respectivo seguro, independientemente de si es o no daño reparable para el usuario, por así haberse estipulado. En el supuesto de que la carga enviada no fuese asegurada, la empresa de mensajería estará limitada exclusivamente al monto que haya declarado el usuario, y si el daño es sumamente relevante para alguna de las partes, éstas bien estarían en derecho de promover un procedimiento conciliatorio ante la Procuraduría Federal del Consumidor, a efecto de llegar a un resarcimiento más justo por parte de la empresa de mensajería; y en casos especiales, se podría promover inclusive un juicio ante el órgano jurisdiccional en materia civil, que en este caso serían los tribunales civiles, a efecto de resolver algún litigio de tipo más complejo, que por la simple conciliación no se pudiese resolver, o bien, que no haya acuerdo de las partes para llegar a una solución satisfactoria.

3.4.3 LEGITIMACIÓN Y PERSONALIDAD PARA EJERCER LA ACCIÓN

Para tener un panorama más amplio de éste apartado, debe saberse el significado de las acepciones acción, legitimación y personalidad. La acción es "... la actividad procesal que puede concebirse como el poder jurídico de provocar la actividad de juzgamiento de un órgano que decide los litigios de intereses jurídicos"¹¹². La legitimación se debe entender como "... la situación jurídica en que se encuentra un sujeto y en virtud de la cual puede manifestar válidamente su voluntad respecto a una determinada relación de derecho, afectándola en algún modo"¹¹³. La legitimación según nuestra ley positiva "... corresponde a

¹¹² Flores García, Fernando. Diccionario Jurídico Mexicano. Tomo 1. op. Cit. p. 30.

¹¹³ Diccionario de Derecho. De Pina, Rafael. Op. Cit. p. 353.

quien esté en el pleno ejercicio de sus derechos y también a quien no se encuentre en este caso, pero éste deberá hacerlo por sus legítimos representantes o por los que deban suplir su incapacidad (artículos 44 y 45 Código de Procedimientos Penales para el Distrito Federal)¹¹⁴.

La personalidad, o personería es la cualidad de la persona en virtud de la cual se le considera centro de imputación de normas jurídicas o sujeto de derecho y obligaciones; por otro lado, el vocablo se utiliza en otro sentido, para indicar el conjunto de elementos que permiten constatar las facultades de alguien para representar a otro, generalmente a una persona moral¹¹⁵, y es el elemento indispensable de la persona que ejercerá los derechos de acción y legitimación.

Para tener legitimidad y ejercer una acción derivada de alguna responsabilidad en un servicio de mensajería y paquetería, se debe tener en cuenta lo dispuesto en el respectivo contrato o carta de porte. Para ello, por un lado "... es preciso averiguar quién tiene el poder de disposición sobre lo transportado, y del otro, debe determinarse quien está legitimado para reclamar la indemnización de perjuicios, en caso de pérdida total o parcial de la mercancía.

En principio, el transportador, el remitente y el destinatario son las partes del contrato de transporte, y por lo tanto, es lógico que sólo los dos últimos tengan acción de disposición sobre la mercancía transportada, cada uno en su momento; la simple calidad de propietario de lo enviado no le da derecho alguno a éste para ejercer las acciones derivadas del contrato de transporte, sólo en el supuesto de que el dueño de lo transportado sea el mismo remitente o el destinatario, podrá ejercer las acciones derivadas, no porque sea propietario, sino porque es parte en el contrato de transporte, siendo esto aplicable al servicio de mensajería y paquetería¹¹⁶.

Respecto del procedimiento que se lleva a cabo ante la PROFECO, del que se hará referencia en su momento, el artículo 109 de la Ley Federal de Protección al Consumidor

¹¹⁴ Becerra Bautista, José. Diccionario Jurídico Mexicano. Tomo 3. op. Cit. p. 1939.

¹¹⁵ Soberón Mainero, Miguel. Diccionario Jurídico Mexicano. Tomo 3. op. Cit. p. 2400.

¹¹⁶ Tamayo Jaramillo, Javier. "El contrato de transporte". 1ª edición. Editorial Temis. Santa Fé de Bogotá, 1991. p. 235.

dispone que para acreditar la personalidad en los trámites ante la Procuraduría, tratándose de personas físicas bastará carta-poder firmada ante dos testigos, y que en el caso de personas morales se requerirá poder notarial.

Sobre el particular, el Código de Comercio, en su capítulo III, denominado "De la capacidad y personalidad", dispone en el artículo 1056 que, todo el que, conforme a la ley esté en el pleno ejercicio de sus derechos puede comparecer en juicio. Aquellos que no se hallen en el caso anterior, comparecerán a juicio por medio de sus representantes legítimos o los que deban suplir su incapacidad conforme a derecho. Los ausentes e ignorados serán representados como se previene en el Código Civil para el Distrito Federal.

Se aclara que lo antes descrito, aplica a los actos de comercio, siendo el servicio de mensajería y paquetería precisamente un acto de tal naturaleza, y si alguna controversia se presentase, será dirimida por la Procuraduría Federal del Consumidor.

Para ejercer la acción indemnizatoria, tanto el destinatario como el remitente tendrán derecho a reclamar indemnización por el envío transportado. "Para tal efecto, no tiene que demostrar haber sufrido perjuicio alguno, sino pura y simplemente establecer su calidad de partes en el contrato"¹¹⁷. "Si no existe carta de porte, la acción indemnizatoria solo podrá estar en cabeza del destinatario o del remitente, siendo la calidad de parte en el contrato lo que legitima para reclamar la indemnización"¹¹⁸.

A efecto de solicitar la devolución del servicio pagado y contratado, el remitente debe ponerse en contacto, ya sea en el establecimiento donde contrató, en las oficinas principales, o bien, vía telefónica a algún centro de atención al cliente, a efecto de interponer su queja o reclamación, antes de transcurrido un determinado plazo que establece cada empresa en particular. Una vez que la empresa tenga conocimiento de dicha reclamación, ésta tendrá por obligación acreditar plenamente la realización de la entrega del envío, y en su defecto, deberá devolver el importe del envío.

¹¹⁷ Ibidem. p. 243.

¹¹⁸ Ibidem. p. 245.

“Para realizar la reclamación, no se requieren grandes formalidades, pero se menciona que el remitente debe presentar ante la empresa, ya sea personalmente o vía fax, una carta dirigida a la misma, en la que se incluyan todos los datos del remitente y del destinatario, y en especial, el Número de Carta de Porte o Guía de Servicio, el número de identificación o clave, según la empresa contratada, el número de cuenta del cliente (para el caso de que sea el remitente usuario frecuente del servicio) e importe de la reclamación, así como copia de la carta de porte o guía de servicio respectiva, o en su defecto recibo, indicando los datos generales del servicio, y en su caso, copia de la factura o declaración original que indique el valor de la mercancía o cosa enviada”¹¹⁹ .

3.4.4 APLICACIÓN DEL ARBITRAJE PARA LA SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

“... Para solucionar los conflictos derivados del contrato de transporte (en este caso, servicio de mensajería y paquetería), es preferible una fórmula arbitral pactada que acudir a los tribunales de justicia ordinarios. Mediante el arbitraje se pretende, y habitualmente se logra, cierta rapidez, mayor economía, y sobre todo, un mayor conocimiento técnico especializado en la materia, que las personas de los árbitros garantizan”¹²⁰ .

El arbitraje “... es una forma heterocompositiva, es decir, una solución al litigio, dada por un tercero imparcial, un juez privado o varios, generalmente designado por las partes contendientes, siguiendo un procedimiento que aunque regulado por la ley adjetiva, tiene un ritual menos severo que el del procedimiento del proceso jurisdiccional. La resolución por la que se manifiesta el arreglo se denomina laudo, cuya eficacia depende de la voluntad de las partes o de la intervención judicial oficial, según las diversas variantes que se presenten”¹²¹ .

El modelo de arbitraje a seguir en el caso del servicio de mensajería y paquetería, será el que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor, reiterándose que cualquier persona tiene derecho a denunciar ante la Procuraduría Federal del Consumidor las

¹¹⁹ Cfr. Página de Internet www.tps.com. 20 de abril de 2003.

¹²⁰ Francisco José Sánchez Gamborino. Op. Cit. p. 306.

¹²¹ Fernando Flores García. Diccionario Jurídico Mexicano. Tomo 1. op. Cit. p. 198.

violaciones a las disposiciones de ésta ley, por lo que dicha Procuraduría actuará de oficio o a petición de parte (v. artículo 97). Ante éste panorama, el procedimiento arbitral contemplado en la Ley Federal de Protección al Consumidor será materia del presente apartado, por ser el de uso común y el más práctico y económico para las partes en desacuerdo.

El artículo 93 alude que la reclamación antes citada, podrá presentarse indistintamente al vendedor o al fabricante (en este caso, al prestador del servicio de mensajería y paquetería), a elección del consumidor, dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto o servicio, siempre que no se hubiese alterado por culpa del consumidor, mientras que el proveedor deberá satisfacer la reclamación en un plazo que no excederá de 15 días contados a partir de dicha reclamación; sin embargo, del contenido de este artículo se concluye que el vendedor o fabricante podrá negarse a satisfacer la reclamación si ésta es extemporánea, y cuando el daño causado haya sido por causas imputables al usuario del servicio o consumidor.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, contempla el procedimiento arbitral, como un medio para solucionar de manera pronta y eficaz, una controversia suscitada entre proveedores y consumidores de un bien o servicio. De este modo, el artículo 117 dispone que la Procuraduría podrá actuar como árbitro cuando los interesados así la designen y sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previos. A efecto de designar un árbitro, el artículo 118 establece que la designación del mismo se hará constar mediante acta ante la Procuraduría, en la que se señalarán claramente los puntos esenciales de la controversia y si el arbitraje es en estricto derecho o en amigable composición.

En la amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto del arbitraje y el árbitro tendrá libertad para resolver en conciencia y a buena fe guardada, sin sujeción a reglas legales, pero observando las formalidades esenciales del procedimiento. El árbitro tendrá la facultad de allegarse todos los elementos que juzgue necesarios para resolver las cuestiones que se le hayan planteado. No habrá términos ni incidentes (v. artículo 119). En el juicio arbitral de estricto derecho, las partes formularán compromiso en el que fijarán las del procedimiento que convencionalmente establezcan, aplicándose supletoriamente el Código de Comercio y a falta de disposición en dicho código, el ordenamiento procesal civil local aplicable (v. artículo 120).

El procedimiento conciliatorio, se regula en la Sección Segunda "Procedimiento Conciliatorio" de la ya aludida ley, estableciéndose, en su artículo 111, que la Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la cual deberá tener lugar, por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor. La conciliación podrá celebrarse vía telefónica o por otro medio idóneo, en cuyo caso será necesario que se confirmen por escrito los compromisos adquiridos.

En caso de que el proveedor no se presente a la audiencia o no rinda informe relacionado con los hechos, se le impondrá medida de apremio y se citará a una segunda audiencia, en un plazo no mayor de 10 días, en caso de no asistir a ésta se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el reclamante. En caso de que el reclamante no acuda a la audiencia de conciliación y no presente dentro de los siguientes 10 días justificación fehaciente de su inasistencia, se tendrá por desistido de la reclamación y no podrá presentar otra ante la Procuraduría por los mismos hechos (v. artículo 112).

El artículo 113 establece que el conciliador expondrá a las partes un resumen de la reclamación y del informe presentado, señalando los elementos comunes y los puntos de controversia, y las exhortará para llegar a un arreglo. Sin prejuzgar sobre el conflicto planteado, les presentará una o varias opciones de solución. Asimismo, el conciliador podrá en todo momento requerir a las partes los elementos de convicción que estime necesarios para la conciliación, así como para el ejercicio de las atribuciones que a la Procuraduría le confiere la ley; además, las partes podrán aportar las pruebas que estimen necesarias para acreditar los elementos de la reclamación y del informe. Dicho conciliador podrá suspender cuando lo estime pertinente o a instancias de ambas partes, la audiencia de conciliación hasta en dos ocasiones. En el supuesto de que se suspenda la audiencia, el conciliador señalará día y hora para su reanudación, dentro de los quince días siguientes, y de toda audiencia se levantará el acta respectiva, esto según lo establecido en el artículo 114.

Los acuerdos de trámite emitidos por el conciliador, no admitirán recurso alguno. Los convenios celebrados por las partes serán aprobados por la Procuraduría cuando no vayan en

contra de la ley, y el acuerdo que los apruebe no admitirá recurso alguno (v. artículo 115). En el supuesto de no haber conciliación, el conciliador exhortará a las partes para que designen como árbitro a la Procuraduría, o a algún árbitro oficialmente reconocido o designado por las partes para solucionar el conflicto. En caso de no aceptarse el arbitraje se dejarán a salvo los derechos de ambas partes (v. artículo 116).

El artículo 121 dispone que el laudo arbitral emitido por la PROFECO o por el árbitro designado por las partes deberá cumplimentarse o, en su caso, iniciar su cumplimiento dentro de los 15 días siguientes a la fecha de su notificación, salvo pacto en contrario. Asimismo, el artículo 122 alude que, sin perjuicio de las funciones de arbitraje que puede legalmente ejercer la PROFECO, la Secretaría de Economía llevará una lista de árbitros independientes, oficialmente reconocidos para actuar como tales, quienes podrán actuar por designación de las partes o designación de la PROFECO, a petición del proveedor y del consumidor. En lo relativo a su inscripción y actuación se regularán por lo que disponga el Reglamento del Artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral admitirán como único recurso el de revocación, que deberá resolverse por el árbitro designado en un plazo no mayor de 48 horas. El laudo arbitral sólo estará sujeto a aclaración dentro de los dos días siguientes a la fecha de su notificación.

Las resoluciones que emita la Procuraduría deberán estar debidamente fundadas y motivadas con arreglo a derecho, tomando en consideración los criterios establecidos en el presente ordenamiento.

En el Código de Comercio, también se contempla un procedimiento arbitral, regulado en el Título Cuarto "Del Arbitraje Comercial" de dicho precepto, aclarándose que el mismo es poco usado en la práctica, en virtud de los altos costos que implica efectuar el mismo, independientemente de que sea un procedimiento eficaz y rápido, por lo que dicha figura se aplica en los casos de que se vulneren derechos o intereses de carácter exclusivamente civil y mercantil, o bien, el contenido del envío sea de gran valor monetario, de naturaleza artística o histórica, y más bien aplicaría a los contratos de transporte de mercancía de grandes volúmenes, sea de alcance nacional o internacional, por lo que no se ahondará en su estudio,

ya que éste rubro no es materia aplicable al servicio ordinario de mensajería y paquetería, además de no ser el arbitraje tema central del presente estudio.

3.4.5 PRUEBAS Y DOCUMENTACIÓN

Son admisibles como medios de prueba todos aquellos elementos que puedan producir convicción en el ánimo del juzgador acerca de los hechos controvertidos o dudosos y en consecuencia serán tomadas como pruebas las declaraciones de las partes, terceros, peritos, documentos públicos o privados, inspección judicial, fotografías, facsímiles, cintas cinematográficas, de videos, de sonido, mensajes de datos, reconstrucciones de hechos y en general cualquier otra similar u objeto que sirva para averiguar la verdad (v. Artículo 1205 del Código de Comercio).

Con respecto a las pruebas que se pueden ofrecer en el procedimiento de arbitraje, el artículo 107 de la Ley Federal de Protección al Consumidor previene que en caso de requerirse prueba pericial, el consumidor y el proveedor podrán designar a sus respectivos peritos, quienes no tendrán obligación de aceptar el cargo, sólo la de ratificar el dictamen al momento de su presentación. En caso de discrepancia en los peritajes de las partes la Procuraduría designara un perito tercero en discordia.

3.4.6 PRESCRIPCIÓN

Se define a la prescripción como "... el modo de adquirir el dominio de una cosa ajena, a través de la posesión de ella durante cierto tiempo y con los requisitos marcados por la ley (prescripción positiva), o de liberarse de una obligación que se hubiere contraído y cuyo cumplimiento no se exija durante el término que señale asimismo la ley (prescripción negativa). A ésta última es a la que se hace referencia en éste apartado, materia del servicio de mensajería y paquetería. Para nuestro Código Civil Federal, la prescripción es un medio de

adquirir bienes o de liberarse de obligaciones, mediante el transcurso de cierto tiempo y bajo las condiciones establecidas por la ley (artículo 1135 Código Civil Federal)¹²².

Las reglas relativas a la prescripción en materia mercantil, se regulan por el Código de Comercio, en su Título Segundo "De las Prescripciones", disposiciones aplicables para el supuesto de que las partes del servicio de mensajería y paquetería decidan someter sus controversias ante las instancias civiles, situación que es excepcional, y no es objeto del presente estudio. A su vez, el Código de Comercio, en su artículo 592, dispone que la responsabilidad del porteador o empresa de mensajería y paquetería por pérdidas, desfalcos o averías, se extinguirá:

- I. Por el recibo de las mercancías o envío sin la debida reclamación, y
- II. Por el transcurso de seis meses en las expediciones verificadas dentro de la República, y el de un año en las que tengan lugar para el extranjero.

La Ley Federal de Protección al Consumidor es el cuerpo normativo por excelencia que regulará las controversias suscitadas en la prestación del servicio, y en relación a la prescripción, se dispone que el término que tienen los consumidores (incluyéndose en éstos a los usuarios del servicio de mensajería y paquetería) para hacer valer sus acciones sin que se les pueda oponer con éxito la excepción en estudio, indicando su artículo 105 que, salvo lo dispuesto en dicha ley, los consumidores deberán presentar la reclamación dentro de los seis meses siguientes a cualquiera de los siguientes supuestos, el que ocurra primero:

- I. Tratándose de enajenación de bienes o prestación de servicios.
 - a) A partir de que se expida el comprobante que ampare el precio o la contraprestación pactada;
 - b) A partir de que se pague el bien o sea exigible total o parcialmente el servicio; o
 - c) A partir de que se reciba el bien, o se preste efectivamente el servicio.

Cabe mencionar, que si los objetos depositados en los almacenes de la empresa de mensajería y paquetería durasen en ellos el término que fijen sus reglamentos, y dentro de él nadie se presentare a reclamarlos, de acuerdo con el Código de Comercio, aplicable de

¹²² Diccionario Jurídico Mexicano. Artículo de Barajas Montes de Oca, Santiago. Tomo 4. op. Cit. p. 2502.

manera supletoria, se pondrán a disposición de la autoridad judicial del lugar para que los venda, desde luego, en un precio suficiente para cubrir las responsabilidades que sobre ellos pesaren con motivo de su conducción, y con el resto se cumplirán las obligaciones impuestas para esos casos por derecho (v. artículo 603), aunque en este supuesto, no se establece ningún plazo preciso; y según lo dispuesto en el artículo 604, si después del plazo antes referido, el cargador usuario del servicio de mensajería y paquetería, o su representante se presentaren a exigir la devolución de las mercancías quedará libre la empresa de toda responsabilidad y de toda ulterior contestación, poniendo de manifiesto el certificado mandado expedir por la autoridad judicial a cuya disposición se hayan puesto.

CAPITULO 4

COMENTARIOS Y PROPUESTAS SOBRE EL ÁMBITO JURÍDICO DEL SERVICIO DE PAQUETERÍA Y MENSAJERÍA.

4.1 REGULACIÓN JURÍDICA

Hablar de la regulación jurídica del servicio de mensajería y paquetería, es aludir a toda una diversidad de ordenamientos jurídicos de diversas materias, que tienen como factor común regular de alguna manera la actividad del transporte en sí, mas no exactamente del servicio en estudio.

En este orden de ideas, se ha visto que la legislación nacional aplicable al servicio de mensajería y paquetería, es la que versa sobre el contrato de transporte. Por una parte el Código Civil, Código de Comercio y la Ley Federal de Protección al Consumidor; y por otro

lado, la que hace ya alusión directa al servicio, como la Ley de Vías Generales de Comunicación, la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal; y además algunas tesis jurisprudenciales emitidas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, pero que no lo regulan de manera completa o particular.

Así, la legislación actual aplicable al servicio de mensajería y paquetería tiene que adecuarse a la figura en concreto, y de manera bastante estrecha, a la legislación existente. Primero, tomando en cuenta su naturaleza mercantil, por lo que la legislación civil resulta poco aplicable; para luego tomar en consideración los requisitos y condiciones legales, y demás trámites administrativos necesarios para desempeñar dicha actividad; y además, tener en cuenta los efectos que produce hacia el usuario del servicio y hacia terceros, aplicando en éste caso la Ley Federal de Protección al Consumidor. Se tiene entonces un ámbito jurídico de aplicación en materia de contrato de transporte bastante amplio, más no para el servicio de mensajería y paquetería, por lo se le tienen que adaptar las disposiciones reguladoras del transporte.

De tal forma, la regulación jurídica del servicio estudiado, depende en la práctica común de lo estipulado en el respectivo contrato de adhesión, aplicable tanto a la empresa de mensajería y paquetería como hacia un usuario (cliente o cargador), a efecto de subsanar ciertas inexactitudes o "lagunas" en la regulación de la figura. Dichos contratos de adhesión, se contemplan en disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, decidiéndose en los mismos la mayor cantidad de controversias que se susciten en la celebración del servicio de mensajería y paquetería.

Por consiguiente, es de tomarse en cuenta la situación jurídica precaria que padece la regulación del servicio de mensajería y paquetería en México, lo que da lugar a infinidad de irregularidades en la prestación del servicio, así como en el otorgamiento de los respectivos permisos para prestar el mismo, por lo que para enmendar tal situación, deben crearse normas jurídicas que regulen específicamente el ámbito del servicio en estudio, establecidas precisamente tanto en el Código de Comercio, el que a su vez puede remitir a otros dispositivos, como también en los de carácter administrativo, tales como la Ley de Vías Generales de Comunicación, la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal y su

Reglamento, o en último de los casos, en un nuevo cuerpo normativo que regule el servicio de mensajería y paquetería, a través de una legislación de carácter federal, por regular un acto de comercio, el que deberá reunir todas las disposiciones existentes hasta el momento que regulen la materia, estableciendo al fin mayor certidumbre en lo relativo a todas las facetas y características del servicio de mensajería y paquetería.

4.2 CONDICIONES GENERALES (PACTADAS POR LAS PARTES)

El usuario cargador y la empresa de mensajería y paquetería, pueden pactar diversas condiciones consistentes en estipulaciones que se realizan fuera del ámbito del contrato, por el que se regirá el servicio, que en muchas ocasiones es un contrato de adhesión inscrito ante la Procuraduría Federal del Consumidor, rigiéndose éste por lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Las condiciones pactadas se observarán cuando el usuario bien necesita trasladar de manera inmediata, ya sea una obra de arte, algún artículo de gran valor, o especialmente frágil, los que bien pueden ser objetos materiales o documentos, y en virtud de los beneficios y cualidades inherentes al servicio de mensajería y paquetería, como son la rapidez, eficiencia y seguridad; sólo por éste medio y de manera excepcional, el usuario podría satisfacer dicha necesidad.

Ante esta diversidad de panoramas, queda a discreción de las políticas de la empresa de mensajería y paquetería, ajustarse a las necesidades especiales del usuario del servicio, independientemente de que la empresa este facultada a requerir al usuario los documentos, permisos y demás requisitos que sean necesarios a efecto de acreditar la propiedad y la legal procedencia de lo que se va a transportar, así como la autorización, en caso de ser necesario, para trasladar los artículos objeto del servicio de mensajería y paquetería, comprometiéndose de así aceptarlo, a cumplir con las normas que para el efecto se estipulen, además de realizar el servicio como si se tratase de un servicio común acostumbrado, o bien, en el caso contrario, reconocer que no puede realizar dicha encomienda, negándose así a

comprometerse a realizar el servicio como el usuario en cuestión lo pide, sin responsabilidad alguna para la empresa.

En este orden de ideas, es factible proponer que toda cuestión que implique un pacto entre las partes fuera de lo estipulado en el servicio de mensajería y paquetería, se establezca de manera común en el clausulado del contrato de adhesión del servicio a contratar, así también que esta hipótesis sea contemplada en un futuro cuerpo normativo o regulación jurídica que reglamente de manera correcta el servicio de mensajería y paquetería, para así evitar en todo lo posible cualquier vacío legal que puede tener consecuencias negativas en la prestación de tal servicio.

4.3 SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS POR LAS PARTES SIN RECURRIR AL ARBITRAJE

Al presentarse una diferencia o controversia en el servicio de mensajería y paquetería, es común que las partes no acudan de primera mano a la instancia de la Procuraduría Federal del Consumidor, o que procuren su solución vía arbitraje, sino que por cuestiones meramente prácticas, diriman el conflicto presente, personalmente si el caso y su naturaleza así lo permiten.

Dicho desacuerdo, presentado en el servicio de mensajería y paquetería, por lo general puede consistir en una demora en el tiempo pactado de entrega, que el envío no llegue en las condiciones prometidas; o que definitivamente no llegue a su destino, con la característica de que dicho contratiempo no implique un daño altamente lesivo para el usuario, ni para el objeto enviado, y que no sea por culpa o negligencia del mismo.

En este orden de ideas, es común que la empresa de mensajería y paquetería contemple ciertas reglas para resarcir el incumplimiento presentado, estableciéndose esto en el contrato de adhesión, carta de porte o guía respectivos, que bien pueden consistir en la devolución del monto pagado por el servicio o en la prestación de otro servicio de la misma naturaleza, pero

sin cargo alguno para el usuario afectado, resarcíéndose así el incumplimiento de la empresa en el desempeño del servicio de mensajería y paquetería.

Estos “arreglos” entre empresa y usuario del servicio se solicitan directamente en la oficina donde se contrato el servicio de mensajería y paquetería, o bien, en la respectiva oficina o unidad central de atención al cliente que para tal efecto se tenga dispuesto por la empresa en cuestión, dirigiéndose ya sea vía telefónica, vía fax o personalmente.

Interpuesta la situación de inconformidad, la empresa se compromete a dar solución al problema planteado en un determinado plazo, variando éste de acuerdo a las políticas internas de cada empresa, debiendo ser un tiempo razonable, entendiéndose por tal al plazo en el que por su transcurso, no cause perjuicios al usuario del servicio, y no se prolongue más allá de uno o dos meses, que es el tiempo que en la práctica del servicio más se acostumbra, sin haber disposición jurídica que lo regule, ya que se está ante un arreglo interno y personal, entre las partes contratantes.

También se puede dar el supuesto de un “arreglo informal”, consistente en que el personal de la oficina o local de la empresa donde se contrató el servicio, o inclusive el mensajero, causen algún perjuicio o irregularidad de las antes mencionadas al usuario del servicio, que no cause un daño grave ni al envío ni a los intereses de éste último, situación que se da a conocer personalmente al usuario por los mismos, o éste se entera por sus propios medios.

Al respecto, cabe anotar que ya existe la posibilidad tecnológica de que el mismo usuario haga el rastreo del destino de su envío, sea vía telefónica o por Internet, y por éste medio se puede enterar de cualquier eventualidad con el mismo, observándose que dicho problema bien puede subsanarse por el personal citado, realizando éstos una acción para resarcir la irregularidad, como por ejemplo, que el mensajero intente entregar de nueva cuenta el envío en el domicilio del destinatario; que lo entregue en el destino correcto, si es que hubo error en el mismo; o si hubo daños en el empaque por malos manejos del personal, que estos hagan el cambio del mismo.

Esto tiene la característica singular, de que dicha enmienda se hace sólo entre el personal y el usuario, sin dar intervención a otra área o gerente de la empresa, sin formalidad alguna, por lo que el arreglo pactado será personal y no trascenderá más allá de los que se comprometan a realizarlo, aclarando que ésta hipótesis no es muy común que se presente, ya sea porque el usuario no acepte estos arreglos entre el personal citado, o porque definitivamente las políticas de la empresa no lo permitan, en virtud de la inseguridad de incumplimiento que se llegase a dar, y por que la empresa no responderá por ello, quedando la situación bajo la más estricta responsabilidad de los sujetos que pacten tal arreglo.

Si la empresa no resarce eficazmente la irregularidad o incumplimiento dado hacia el usuario, o definitivamente, ni siquiera intenta enmendarlo, quedando agraviado el usuario del servicio, éste tendrá la opción de acudir a la instancia mediadora de la Procuraduría Federal del Consumidor, a efecto de interponer la respectiva queja en virtud de las deficiencias presentadas en el desarrollo del servicio de mensajería y paquetería, aplicándose de primera instancia la vía de la conciliación entre dichas partes en conflicto, fungiendo la PROFECO como un mediador entre las citadas partes, esto con fundamento en los artículos 24 fracciones I y XVI y 99 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Sobre el procedimiento conciliatorio que aplica la Procuraduría Federal del Consumidor, este se regula en la Sección Segunda "Procedimiento conciliatorio" de la aludida ley, estableciéndose en el artículo 111, que la Procuraduría señalará día y hora para la celebración de una audiencia de conciliación en la que se procurará avenir los intereses de las partes, la que tendrá lugar, por lo menos, cuatro días después de la fecha de notificación de la reclamación al proveedor.

En el supuesto de que el proveedor no se presente a la audiencia o no rinda informe relacionado con los hechos, se le impondrá alguna medida de apremio y se citará a una segunda audiencia, en un plazo no mayor de 10 días, en caso de no asistir a ésta se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el reclamante. Ahora bien, en la hipótesis de que el reclamante no acuda a la audiencia de conciliación y no presente dentro de los siguientes 10 días justificación fehaciente de su

inassistencia, se tendrá por desistido de la reclamación y no podrá presentar otra ante la Procuraduría por los mismo hechos.

En el artículo 113 de la ley mencionada, se establece que el conciliador expondrá a las partes la reclamación, señalando los elementos comunes y los puntos de controversia, haciendo un exhorto para que se llegue a un arreglo, presentándoles opciones de solución. El conciliador podrá en todo momento requerir a las partes los elementos de convicción que estime necesarios para la conciliación; las partes podrán aportar las pruebas que estimen necesarias para acreditar los elementos de reclamación.

Los acuerdos de trámite emitidos por el conciliador, no admiten recurso alguno, y los convenios celebrados por las partes serán aprobados por la Procuraduría cuando no vayan en contra de la ley, y el acuerdo que los apruebe no admitirá recurso alguno, según lo dispuesto por el artículo 115 de la ley de la materia; en el supuesto de no haber conciliación, el conciliador exhortará a las partes para que designen como árbitro a la Procuraduría, o a algún árbitro oficialmente reconocido o designado por las partes para solucionar el conflicto, y en caso de no aceptarse el arbitraje se dejarán a salvo los derechos de ambas partes (v. artículo 116).

4.4 AVANCES INFORMÁTICOS Y PERSPECTIVAS FUTURAS EN LA MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA

Las empresas tanto nacionales como extranjeras, dedicadas a la actividad del servicio de mensajería y paquetería, tienen como premisa fundamental, estar a la vanguardia en lo que a tecnología respecta, siendo vital la actualización y desarrollo constante de su infraestructura tecnológica en medios de comunicación, como son las telecomunicaciones y la Internet.

Actualmente, las empresas que cuentan con presencia, imagen y prestigio tanto a escala nacional como internacional, cuentan con una extensa campaña de publicidad, la que se

suele manifestarse tanto en la radio, la televisión, la prensa, anuncios públicos, y más recientemente, por Internet, situación por la cual es necesario contar con una página electrónica propia, que además de publicitar a la empresa respectiva entre usuarios potenciales del servicio; y no sólo eso, sino que además se constituya una vasta fuente de información general y comercial, necesaria para saber qué empresa es la adecuada según el tipo de necesidades y recursos del usuario para enviar sus mensajes o paquetes; por ello, las páginas de Internet o "páginas WEB", serán tan diversas y complejas como empresas existan.

Aunado a lo antes dicho, las empresas de mensajería y paquetería cuentan con equipos de telecomunicaciones sofisticados y por lo general bastante actualizados, consistentes en antenas de radio locales y satelitales, así como cableado coaxial y de fibra óptica, equipos con los que se transmitirán los datos tanto vía microondas como por las redes, esto a efecto de que sea posible realizar una comunicación rápida y eficaz entre las sucursales de la empresa respectiva, así como entre sus empleados y agentes comerciales y aduanales, que van desde equipos portátiles como computadoras lap top, teléfonos celulares y radio comunicadores, hasta grandes centrales de comunicación que cuentan con avanzado equipo computarizado, y con sofisticados programas y demás aplicaciones de carácter informático, que enlazan por los medios mencionados a regiones remotas.

Gracias a toda la infraestructura tecnológica citada, es que se pueden realizar actividades que hasta hace pocos años eran impensables, como es el caso de que el usuario cargador del servicio, tenga la posibilidad de consultar en cualquier momento, sea vía telefónica o vía Internet, en qué estado y lugar se encuentra su envío, a lo que se le llama "rastreo", al proporcionar su número de guía, y un número de cliente que es confidencial, para cualquier aclaración; así también, hay la posibilidad de hacer cambio de instrucciones, por parte del usuario, con relación a su envío, sea para cancelar el mismo, para cambiar de destinatario, o lo que corresponda, de manera inmediata, vía Internet o telefónica, aunque habrá de sujetarse a las políticas de la empresa y al pago de los costos que se ocasionen.

Ante este panorama de avances tecnológicos, en el desempeño del servicio de mensajería y paquetería, se observa que prácticamente no existen cuerpos normativos que

regulen de manera particular y definitiva lo relacionado a las aplicaciones tecnológicas y de comunicaciones que requiere el servicio de mensajería y paquetería, y es por ello que se propone crear o adecuar, una normatividad que contenga los lineamientos básicos que deban cumplir las empresas de mensajería y paquetería, en cuanto a los equipos electrónicos necesarios para cumplir con su encomienda, así como los tipos de comunicaciones y sus respectivos rangos de frecuencia o tipo de banda a utilizar, ordenamiento que sería un reglamento de la materia, alguna reforma a la ley que regule la materia, o bien, una Norma Oficial Mexicana, expedida en su caso por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y/o por la Secretaría de Economía, proponiéndose así la estandarización de las características tecnológicas y demás requerimientos de infraestructura que deban cumplir las empresas de mensajería y paquetería para poder prestar el servicio, y así también, debe establecerse la obligación de las empresas en cuestión para actualizarse y renovar los respectivos equipos, creándose con esto un proceso de certificación serio y apegado a derecho, de acuerdo a la normatividad internacional vigente, a través de convenios y tratados internacionales, y acuerdos entre empresas transnacionales, evitando que cualquier empresa que no cumpla con los estándares solicitados, pueda prestar el mismo, con lo que se estarían previniendo todo tipo de abusos e incumplimientos de servicio, lo cual resultaría benéfico para el usuario final del servicio y el respectivo destinatario.

Ante un panorama futuro del servicio de mensajería y paquetería en México, se vislumbra que el mismo estará a la par con los altos estándares internacionales aplicables para el servicio en comento, en parte porque gran parte de los mismos seguirán siendo prestados por las grandes empresas transnacionales, y porque las empresas nacionales y locales deberán alcanzar dichos estándares de calidad y desarrollo, con alto grado de competitividad.

En términos tecnológicos, las herramientas que evolucionarán a pasos agigantados serán desde luego, la infraestructura tecnológica, computacional e informática de las empresas, así como las comunicaciones, destacando la comunicación vía satélite y mediante Internet, que promete tener en pocos años más divulgación y acceso a la población, más fiabilidad, y a bajos costos, con el consecuente desarrollo tecnológico que conllevará, como

velocidad y capacidad de transferencia de datos, lo que potencializará en gran forma la rapidez y eficacia con que el envío llegue a su destinatario.

Aunado a lo anterior, el desarrollo de los medios de transporte también será considerable, en sus modalidades terrestre, marítima y aérea. Sobre la modalidad terrestre, cabe mencionar que el desarrollo que se dé, estará basado en un mejor equipamiento de los vehículos utilizados, compartimentos adecuados para un traslado más seguro de los envíos, así como una mejor logística de conducción y reparto, aunque éstos avances estarán supeditados en gran medida a las condiciones en que se encuentren las vías de comunicación, tales como carreteras y puentes locales y federales, sujetas a la competencia de los gobiernos locales y federal respectivos.

No obstante que el servicio de mensajería y paquetería en México prácticamente recurre excepcionalmente a la modalidad marítima para prestar el servicio, es de notar que los cambios e innovaciones tecnológicas que se gesten en aditamentos y características de las embarcaciones, pudieran despertar interés en las empresas de la materia, en los casos de entregas de envíos a lugares de difícil acceso, tales como manglares o pantanos, y con muchas cuencas hidrológicas; lo que estará supeditado a los accesos marítimos a las poblaciones en que deba entregarse un envío.

Referente a la modalidad aérea, ésta será una de las alternativas de transporte que más seguirá evolucionando en los años venideros, tanto por el desarrollo tecnológico de las aeronaves, como por la organización e infraestructura de las terminales aeroportuarias, con la conducente eficacia en la distribución de los envíos, así como con una sensible baja en los costos de operación, aunque todo esto condicionado a un buen mantenimiento de las aeronaves, ya que de lo contrario, se podría dar un estancamiento, o incluso una reversión en las tendencias de preferencia de tal modalidad, en virtud de que no se ofrecería la seguridad requerida para realizar un eficaz transporte.

En materia administrativa y jurídica, los avances que se den en el servicio de mensajería y paquetería en México, se reflejarán tanto en una mayor certidumbre de las partes al contratar el servicio, en especial para el usuario y el destinatario, así como en materia de

trámites aduanales a realizar, debiendo apuntar la tendencia a que los mismos deberán simplificarse, sea con menores formalidades, con el uso de formatos, y con el cumplimiento de menos requisitos, lo que conllevará mayor celeridad en el manejo de los envíos, así como en la reducción en gastos de administración, para lo cual, se propone que las autoridades competentes, como son la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de Economía y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, expidan para tal efecto las respectivas Normas Oficiales, o bien, Circulares y Acuerdos que establezcan lo conducente para lograr tales finalidades.

Visto lo anterior, se prevé que en lo futuro, la celebración del contrato del servicio de mensajería y paquetería sea mucho más sencillo en su formalidad, en virtud de los avances tecnológicos en los medios de transporte y sus terminales, así como en una eventual y gradual simplificación en los trámites administrativos a llevar por las empresas de mensajería y paquetería, lo que podría representar beneficios adicionales para las partes contratantes, independientemente de que la documentación siempre debe existir, como es el caso de la correspondiente carta de porte o guía de envío, para el supuesto de cualquier reclamación, y dichos beneficios serán:

- Para la empresa de mensajería y paquetería porteadora: mayor celeridad en la gestión de los trámites administrativos a realizar ante las autoridades aduanales respectivas, con la consecuente reducción de tiempos de entrega del envío y de costos.
- Para el usuario cargador: los envíos serán entregados en tiempo breve, sin trámites administrativos innecesarios y a precio razonable.
- Para el destinatario: se beneficiará con la entrega del envío a sus manos en un tiempo sensiblemente menor, así como en condiciones favorables y seguras.

En este orden de ideas, también habrá de considerarse que la consecuente informalidad en la celebración y desarrollo del servicio de mensajería y paquetería, podría tener en su desempeño un efecto contrario al deseado, que impactaría finalmente de manera negativa tanto en el usuario como en el destinatario, en virtud a que podrían presentarse diversas irregularidades, como lo son extravíos de envíos, o bien retrasos en los tiempos de entrega

en los mismos, por lo que las empresas de mensajería y paquetería deben garantizar que llevarán a cabo su función, basándose en altos estándares de calidad y seguridad.

Para paliar lo anterior, se reitera la propuesta consistente que en lo futuro, se regule la figura del servicio de mensajería y paquetería de manera precisa y particular, sea con el respectivo reglamento normativo, y complementado esto, con posibles normas oficiales, acuerdos y/ o decretos que regulen aspectos específicos de requerimientos técnicos y administrativos, necesarios para un buen desempeño del servicio en estudio.

CONCLUSIONES

PRIMERA.- El servicio de mensajería y paquetería, es un acto de comercio, que se manifiesta como un contrato mercantil, mediante el cual una persona denominada usuario, encomienda a otra llamada empresa de mensajería y paquetería, una cosa, que será un envío, consistente en un mensaje o paquete, a efecto de que sea transportado a un determinado lugar y entregado a un tercero, denominado destinatario, en las mejores condiciones que pueda hacerlo y en un tiempo determinado, a cambio de una contraprestación económica.

SEGUNDA.- El servicio de mensajería y paquetería, se equipara al contrato de transporte, y se entiende al cargador como el usuario, al porteador o transportista como la empresa, y al consignatario como destinatario. Independientemente de que un mensaje (documento) y un paquete (objeto material) sean físicamente diferentes, como cosas mercantiles, para efectos legales se les considera con idénticas características, otorgándose la empresa de mensajería y paquetería el mismo trato, ya que ambos se transportan por las mismas vías de comunicación y medios de transporte, dándoles el término común de envío.

TERCERA.- El servicio de mensajería y paquetería es un contrato mercantil, porque la empresa o comerciante, se dedican habitualmente a realizar una actividad comercial de manera ordinaria en favor del público en general, y toda vez que tal carácter deriva del artículo 576 fracción II del Código de Comercio, al especificar que cualquiera que sea el objeto a transportar por el porteador, éste sea comerciante o se dedique a realizar transporte para el público, dará el carácter de mercantil al envío. Por ello, le resultan aplicables las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

CUARTA.- El contrato de mensajería y paquetería puede entenderse como una modalidad del contrato de transporte de mercancías; pero la diferencia fundamental radica en la forma en como se presta, esto es, en su celeridad, seguridad y eficiencia

que lo destaca de un contrato de transporte común. Por ello, los envíos a transportar por toda empresa de mensajería y paquetería se sujetan a ciertos límites, no especificados en algún cuerpo normativo, mas sí en los reglamentos internos de las empresas en cuestión, en cuanto a la naturaleza, volumen, cantidad y peso que tendrá el mensaje o paquete a enviar, siendo estos por lo general, de dimensiones reducidas o regulares; sin embargo, queda a discreción de las empresas el transportar objetos que rebasen tales límites, apegándose el usuario a tarifas, condiciones y tiempo de transporte diferentes a los normales del contrato de transporte.

QUINTA.- El fuero aplicable al contrato de mensajería y paquetería, será el federal, esto en virtud de que constituye un acto de comercio, que se regula por el Código de Comercio, cuya naturaleza es federal; además, la Ley de Vías Generales de Comunicación establece en su artículo 3, que las vías generales de comunicación y los modos de transporte que operen en ellas quedan sujetas exclusivamente a los Poderes Federales, regulados por el Ejecutivo Federal, a través de las disposiciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; en concordancia además con el artículo 5 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal. Aunque, si la controversia que se derive estructuralmente del servicio de mensajería y paquetería sólo afecta intereses de particulares, el asunto se ventilará ante Juez Civil de Primera Instancia.

SEXTA.- La autorización para prestar el servicio de mensajería y paquetería, la otorga la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a través de su Dirección General de Autotransporte Federal, como una modalidad de Autotransporte de Carga en General, en los términos del artículo 58 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, a cuyos lineamientos estará sujeto el objeto social de la empresa solicitante, así como las autorizaciones de vehículos de transporte, infraestructura tecnológica en telecomunicaciones, inmuebles para asiento de sus oficinas, y la prestación de sus servicios al público en general, siempre con apego a lo dispuesto en la Ley de Vías Generales de Comunicación.

SÉPTIMA.- Conforme al artículo 9 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, el permiso para prestar el servicio de mensajería y paquetería se otorgará a las personas físicas o sociedades mexicanas; sin embargo, es fácil observar la injerencia notable de las empresas transnacionales, que tienen una mayor experiencia y capacidad para prestar este servicio.

OCTAVA.- El contrato de mensajería y paquetería, se documenta mediante una carta de porte, también llamada guía de envío, la cual es elemento formal en el que se plasman los datos necesarios para la identificación de las partes y de la cosa transportada, así como las reglas por las que se regirá el servicio contratado. Lo anterior en virtud de que el artículo 58 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, que es el único precepto que norma expresamente al servicio de mensajería y paquetería, señalando que se le aplicarán las disposiciones de la carta de porte.

NOVENA.- El contrato de mensajería y paquetería se regula por lo dispuesto en diversos ordenamientos, como son el Código de Comercio, la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley de Vías Generales de Comunicación, Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, incluso la Ley Federal de Protección al Consumidor, sin que tenga una normatividad específica propia. En cuanto a la supletoriedad de las disposiciones que regulan este servicio, son aplicables las del derecho común en materia federal.

DÉCIMA.- Los derechos y obligaciones del destinatario consisten en recibir el envío sin demora, abrir y reconocer en su caso, los paquetes que contengan lo enviado en el acto de su recepción; y tiene la obligación de firmar el acuse de recibo respectivo, así como pagar excepcionalmente a la empresa el porte y demás gastos convenidos por la entrega.

UNDÉCIMA.- Las acciones de reparación aplicables al servicio de mensajería y paquetería consisten en la reposición: del servicio de envío, del paquete, percibir una compensación o devolución de la cantidad pagada, esto en caso de que el servicio

no corresponda a la calidad y especificaciones que se hayan ofrecido, o bien, en el pago del seguro si es que así fue pactado. En éste sentido, se ajustará a lo dispuesto por las partes en el contrato de adhesión, y al contenido de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en virtud de que el procedimiento ante la Procuraduría Federal del Consumidor, para dirimir las controversias entre las partes, es la instancia idónea por excelencia.

DUODÉCIMA.- Se propone la adecuación de las leyes aplicables al servicio de mensajería y paquetería, a las ventajas y necesidades que se viven contemporáneamente, teniéndose en lo conducente un marco jurídico que norme los lineamientos a seguir para la organización interna de la empresa, la prestación del servicio, para dar más certidumbre jurídica a los consumidores o usuarios, con el fin de eliminar abusos por parte de las empresas de mensajería y paquetería, al momento de verificarse alguna irregularidad o incumplimiento del servicio.

BIBLIOGRAFÍA

"APUNTES PARA LA HISTORIA DEL AUTOTRANSPORTE". SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. MÉXICO. 1982.

"AVIACIÓN COMERCIAL, TURISMO, DERECHO AERONÁUTICO Y ESPACIAL". VARIOS AUTORES, DIRIGIDA POR MARIO O. FOLCHI, UNIVERSIDAD ARGENTINA DE LA EMPRESA. BUENOS AIRES, 1990.

BELTRÁN MONTIEL, LUIS. "CURSO DE DERECHO DE LA NAVEGACIÓN". EDITORIAL ASTREA. BUENOS AIRES, 1992.

CAMARENA LUHRS, MARGARITA. "EL TRANSPORTE, RITMO DE MÉXICO". INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES – UNAM. MÉXICO. 1985.

CARRERA STAMPA, MANUEL. "LA HISTORIA DEL CORREO EN MÉXICO". 1ª EDICIÓN. EDITADO POR LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. MÉXICO. 1970.

DÍAZ BRAVO, ARTURO. "CONTRATOS MERCANTILES". 6ª EDICIÓN. EDITORIAL OXFORD UNIVERSITY PRESS – HARLA. MÉXICO. 1998.

FLACELIERE, ROBERT. "LA VIDA COTIDIANA EN GRECIA". LIBRERÍA HACHETTE, S. A. BUENOS AIRES. 1967.

GARCÍA BENAVIDES, ROBERTO. "HISTORIA DE LAS COMUNICACIONES Y LOS TRANSPORTES EN MÉXICO". SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. MÉXICO. 1988.

GUTIÉRREZ ÁLVAREZ, SECUNDINO JOSÉ. "LAS COMUNICACIONES EN AMÉRICA". EDITORIAL MAPFRE. MADRID, 1993.

ISLAS RIVERA, VÍCTOR. "ESTRUCTURA Y DESARROLLO DEL SECTOR TRANSPORTE EN MÉXICO". EL COLEGIO DE MÉXICO. MÉXICO. 1990.

PINO MUÑOZ, JACINTO HÉCTOR. "LA LEGISLACIÓN AÉREA DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA". DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICACIONES, UNAM. MÉXICO, 1978.

"LA QUINTA CASA DE CORREOS: CRÓNICA DEL SERVICIO POSTAL EN MÉXICO". SERVICIO POSTAL MEXICANO – S. C. T. EDITORIAL MIGUEL ÁNGEL PORRÚA. MÉXICO. 1990.

REES, PETER, "TRANSPORTES Y COMERCIO ENTRE MÉXICO Y VERACRUZ, 1519-1910". SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. MÉXICO. 1976.

RODRÍGUEZ JURADO, AGUSTÍN. "CÓDIGO AERONÁUTICO INTERNACIONAL". EDITORIAL ABELEDO – PERROT. BUENOS AIRES, 1992.

SÁNCHEZ GAMBORINO, FRANCISCO JOSÉ. "EL CONTRATO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL". EDITORIAL TECNOS. MADRID, 1996.

SOLER ALEU, AMADEO. "TRANSPORTE TERRESTRE". EDITORIAL ASTREA. BUENOS AIRES, 1980.

STARR, CHESTER G. "HISTORIA DEL MUNDO ANTIGUO". AKAL EDITOR. MADRID. 1974.

TAMAYO JARAMILLO, JAVIER. "EL CONTRATO DE TRANSPORTE". EDITORIAL TEMIS. SANTA FE DE BOGOTÁ, 1991.

TAPIA SALINAS LUIS. "DERECHO AERONÁUTICO". 2ª EDICIÓN. EDITORIAL BOSCH. BARCELONA, 1993.

VÁZQUEZ DEL MERCADO, OSCAR. "CONTRATOS MERCANTILES". 4ª EDICIÓN. EDITORIAL PORRÚA. MÉXICO, 1992.

VIDELA ESCALADA, FEDERICO. "DERECHO AERONÁUTICO". TOMO III. VÍCTOR P. DE ZAVALIA EDITOR. BUENOS AIRES, 1973.

OTRAS FUENTES

I. TEXTOS ENCICLOPÉDICOS

CABANELLAS, GUILLERMO. "DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO DE DERECHO USUAL". TOMO II. 21ª EDICIÓN. EDITORIAL HELIASTRA, S. R. L. BUENOS AIRES. 1989.

DE PINA VARA, RAFAEL, Y RAFAEL DE PINA. "DICCIONARIO DE DERECHO". 29ª EDICIÓN. EDITORIAL PORRÚA. MÉXICO, 2000.

"DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA". TOMO II. 20ª EDICIÓN. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. MADRID. 1989.

"DICCIONARIO JURÍDICO MEXICANO". TOMOS I AL IV. 13ª EDICIÓN. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS – UNAM. EDITORIAL PORRÚA. MÉXICO, 1999.

"DICCIONARIO PORRÚA DE HISTORIA, BIOGRAFÍA Y GEOGRAFÍA DE MÉXICO". EDITORIAL PORRÚA. MÉXICO. 1981.

"ENCICLOPEDIA MICROSOFT ENCARTA 2003". DISCO 1. MICROSOFT CORPORATION. MÉXICO. 1993-2002.

ENCICLOPEDIA UNIVERSAL ILUSTRADA EUROPEO AMERICANA ESPASA CALPE". TOMO XLI. EDITORIAL ESPASA – CALPE. BARCELONA. 1991.

"GRAN ENCICLOPEDIA LAROUSSE", TOMOS 15 Y 17. 3ª EDICIÓN, EDITORIAL PLANETA, BARCELONA, 1990.

MANUEL SECO Y OTROS. "DICCIONARIO DEL ESPAÑOL ACTUAL". VOL. II. GRUPO SANTILLANA DE EDICIONES. MADRID. 1999.

II. LEGISLACIÓN CONSULTADA.

"CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS". 1917.

"CÓDIGO DE COMERCIO". 1889.

"LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR". 1992.

"LEY DE VÍAS GENERALES DE COMUNICACIÓN". 1940.

"LEY DE CAMINOS, PUENTES Y AUTOTRANSPORTE FEDERAL". 1993.

"REGLAMENTO DE AUTOTRANSPORTE FEDERAL Y SERVICIOS AUXILIARES". 1994.

JURISPRUDENCIA DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN.