EL RÉGIMEN JURÍDICO DEL COMERCIO DE BIENES Y SERVICIOS EN MÉXICO

José Juan González Márquez y
Luis Figueroa Díaz

INTRODUCCIÓN

En los últimos cien años el desarrollo científico y tecnológico ha colocado, en el mercado, productos tales como los aparatos electrodomésticos, que por sus características y complejidad de manejo, dan lugar al nacimiento de nuevos riesgos en su uso, o como los alimentos enlatados y fármacos, que pueden, cuando se encuentran en mal estado, dañar seriamente la salud de quien los consume. Por otro lado, la división entre comercio e industria ha hecho que entre consumidor y proveedor aparezca una figura intermedia y, en consecuencia, el dilema deslindar de quién de los dos es la responsabilidad-cuando un producto resulta defectuoso.

Ante estas situaciones, los Códigos tradicionalmente considerados dentro del Derecho Privado resultan incompetentes para ofrecer una solución feliz a los nuevos problemas que origina el tráfico comercial, fundamentalmente porque en éstos se desenvuelven mediante acuerdos jurídicos, en los que rige el principio de relatividad de los contratos y de la responsabilidad por culpa.

Asimismo, el desarrollo capitalista, y con ello el surgimiento de las grandes empresas monopólicas, obligan a un cambio en el "rol" del Estado, quien de ser, en el siglo XIX, un "Estado Gendarme", cuya única función consistió en garantizar que entre los miembros de la sociedad civil reinara la paz y la concordia, pasa a ser en el siglo XX, un ' 'Estado Social de Derecho", que participa en los más variados campos de la política económica, y uno de cuyos postulados fundamentales es la regulación de las relaciones de mercado. A partir de la crisis económica de 1929, el Estado actúa como mediador entre las categorías de contratantes, en ocasiones ofreciendo protección a los sectores económicos débiles, en ocasiones tratando de prevenir o corregir irregularidades en el mercado que pongan en peligro a la economía nacional.

Esta intervención del Estado en la economía va generando una nueva gama de instrumentos jurídicos que ya no pueden encasillarse dentro de la clásica división entre derecho público y derecho privado. Surgen, entonces, nuevas ramas del conocimiento jurídico, entre ellas lo que se ha denominado Derecho Económico.

Otro fenómeno típico del sistema capitalista es la concentración de capital, en donde la empresa produce bienes o servicios en una situación de monopolio, de manera sistemática y regular, destinados al consumo de un gran público indeterminado y desorganizado, lo cual hace posible que la primera pueda fijar unilateralmente las condiciones de contratación que rigen sus convenciones con el público consumidor.

En un primer momento, son las actividades del transporte marítimo, y de seguros, las que utilizan este sistema de contratación; después los seguirán el transporte terrestre y los ferrocarriles. Nacen, entonces, los contratos de adhesión, y como la doctrina española los denomina condiciones generales de contratación, que son de naturaleza materialmente pública, en tanto que uno de los contratantes es quien dicta las condiciones del convenio (se dice que dicta su ley) y la otra juega el papel de simple adherente, rompiéndose así con la idea que existe de la igualdad entre las partes, y colocándose al lado de los códigos oficiales verdaderos códigos privados.

La doctrina francesa de principios de siglo, y posteriormente la doctrina y la jurisprudencia alemanas anteriores a 1945, señalan que en los contratos de adhesión se comprenden todos los celebrados en base a condiciones generales privadas, o fijadas administrativamente, y constituyen, en efecto una categoría distinta al resto de los contratos. Actualmente en Alemania la doctrina y la jurisprudencia hablan de la necesidad de distinguir los contratos concluidos mediante adhesión de una de las partes a las condiciones fijadas previa y unilateralmente por la otra, para los cuales mandan un tratamiento jurídico propio y distinto a los contratos individuales regulados por el propio Código Civil y de Comercio.[1]

La técnica de la adhesión se va extendiendo a medida que se extiende el sistema capitalista. El nacimiento de las grandes empresas trae consigo necesidades financieras que originan el tráfico bancario, sector en el cual se contrata a base de condiciones generales, ya que la actividad se realiza típicamente mediante la negociación en serie.

Por otra parte, el aumento de los riesgos de la vida moderna ha dado lugar al desarrollo de la actividad aseguradora, y tanto los seguros privados como los sociales constituyen una de las figuras tradicionales de los contratos de adhesión; igual sucede con el arrendamiento y la venta de viviendas.

Así pues, la técnica de la adhesión ha ido invadiendo todos los campos de la actividad económica,[2] y no podría ser de otra forma, ya que presenta la ventaja, desde el punto de vista práctico, de agilizar el tráfico jurídico. Sin embargo, las desventajas de que adolece superan mucho a sus ventajas, sobre todo cuando la técnica de adhesión es adoptada por todas las transacciones de mercado.

1. García Amigo, *Las condiciones generales de contratación,* Madrid, Editorial Revista de Derecho Privado, 1969, pp. 13-14.
2. *Loc. cit.,* pp. 224.

Hoy en día, la mayor parte de los contratos que gobiernan nuestra vida diaria son de este tipo. Así, la libertad y la igualdad que pregonan los Códigos Civiles resulta seriamente afectada.

La libertad es afectada por cuanto al individuo se le ofrece una alternativa puramente ficticia de aceptar —o no— las condiciones que se le ofrecen. Por ejemplo, puede elegir entre diferentes líneas aéreas, pero no puede elegir entre diferentes condiciones de realizar el viaje, quedando por tanto reducidas las opciones de satisfacción que postulaba la teoría clásica.

La igualdad se afecta, en tanto que una parte redacta las condiciones como resultado de la experiencia, de la larga reflexión y del consejo de expertos. Mientras la otra no tiene más que una oportunidad para estudiarlas.3

Por otra parte, la producción a grandes volúmenes, que caracteriza al capitalismo en su etapa monopólica, no siempre tiene su correlativo en proporción de. demanda; en este sentido, esa producción anárquica, aunada a sistemas de comercialización también anárquicos, generalmente degeneran en presiones inflacionarias para el sistema económico, y en mermas en el poder adquisitivo de los consumidores.

Para la segunda mitad del siglo XX, gran cantidad de prácticas desviadas predominan en el mercado, entre ellas cabe señalar, a manera de ejemplo: la venta de productos que carecen del contenido indicado en sus empaques; la venta de productos elaborados bajo procedimientos que carecen del debido control de calidad, como en el caso de los lácteos, los fármacos y las frituras; el ofrecimiento al público de productos de segunda calidad, a través de las llamadas "baratas y ofertas"; las ventas de domicilio que sorprenden la ingenuidad del ciudadano; la falta .de garantías adecuadas en los servicios de reparación y mantenimiento; las ventas a crédito que en ocasiones triplican el precio del producto por la vía de los intereses, etcétera.

Hoy en día, en la mayor parte de los países de la Europa Occidental, se han establecido disposiciones relativas al etiquetado, responsabilidad de los productores, condiciones de los contratos, disposiciones relativas a los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, etcétera. Sin embargo , hablar de regulación del mercado es hablar de algo nuevo o relativamente nuevo para los países en desarrollo.

En México, el Estado emanado de la Revolución, a lo largo de su consolidación histórica, ha ido acuñando una serie de legislaciones que, en su conjunto, agrupan infinidad de facultades, de las que dispone aquél para regular los distintos aspectos de la circulación de mercancías, y que establecen las "reglas del juego" conforme a las cuales los sectores productivos desarrollan su actividad cotidiana.

Este grupo de ordenamientos jurídicos, como es propio de las normas que conforman al derecho económico, no son rígidas sino más bien flexibles y de carácter instrumental. De tal forma que si bien el Poder Público dispone de una serie de facultades que van desde la mera atribución para fijar precios máximos, hasta la posibilidad de ocupar temporalmente una industria o modificar el giro comercial de ésta, no necesariamente tales facultades se ejercen cotidianamente. La aplicación de estos instrumentos depende de los lineamientos que se establecen en la política económica de cada gestión gubernamental, y que se consagran en el Plan Nacional de Desarrollo de vigencia sexenal. De cualquier manera, a la luz de tales normas el Estado mexicano dista mucho de ser ajeno a los avatares del mercado.

Destacan, entre estos ordenamientos: el Código de Comercio, el Código Civil, la Ley Reglamentaria del Artículo 28 Constitucional en Materia de Monopolios, la Ley de Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley General de Salud. No obstante, en torno a estos

3. Friedman, W., *El derecho en una sociedad en transformación,* trad. Florentino M. Torner, México, FCE, 1976.

ordenamientos giran otras disposiciones que las complementan.

En efecto, ya desde los Códigos Civiles y de Comercio, que regulan la compra-venta y el arrendamiento, a través de las figuras del dolor y la lesión, se limitaba seriamente los principios liberales de la autonomía de la voluntad; relatividad de los contratos y responsabilidad por culpa. Asimismo, el Código Penal, por supuesto, protegía a los intereses del comprador al regular la figura del fraude.

Por otra parte, la Ley Federal de Protección al Consumidor establece algunas de las normas ya existentes, y agrega otras nuevas, pero coexistente con esa legislación diversa y difusa que regula supletoriamente las relaciones de consumo, generando de esta manera cierto grado de incertidumbre que confunde tanto al consumidor como al proveedor respecto a las obligaciones que el Derecho les impone.

I. RÉGIMEN CONSTITUCIONAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

El artículo 5o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, dispone:

A ninguna persona podrá impedírsele que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernamental, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad...

Por otra parte, el artículo 28 de la propia Carta Magna, señala:.

.. .la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario, y que tenga por objeto obtener un alza en los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí, y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

.. .Las leyes fijarán las bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

El artículo 73 de la Constitución Política faculta al Congreso de la Unión para: ' 'X. Legislar en toda la República sobre .. .comercio..."

A la luz de estas normas constitucionales se pueden hacer las siguientes consideraciones:

1. En un principio, en México rige la libertad de comercio.

Empero, esta libertad se encuentra limitada en los siguientes supuestos:

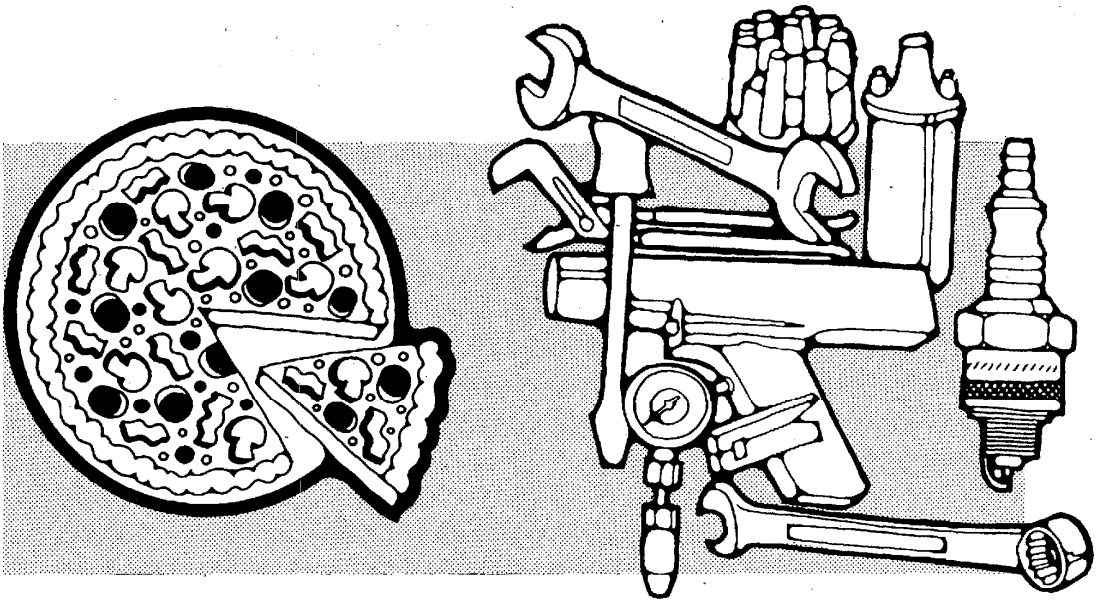
— la ilicitud.

— cuando se afecten derechos de tercero.

------ cuando se ofendan los derechos de la sociedad.

En el primer caso, la Constitución Política no señala la forma en que se lleva a cabo la limitación a esta garantía; mientras que en el segundo apunta que ello se haría mediante determinación judicial, y en el tercero por resolución gubernamental en los términos que marque la ley.

Sin embargo, la Constitución ordena al legislador y a la autoridad administrativa, respectivamente, castigar



severamente y perseguir con eficacia las siguientes situaciones:

— toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario que tengan por objeto obtener el alza de los precios.

— todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia, o la competencia entre sí, y obliga a los consumidores a pagar precios exagerados.

— en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

Por otra parte, la Constitución Pública establece ciertos supuestos en los cuales la ley puede afectar la libertad de comercio, a saber:

— señalamiento de precios máximos a los artículos, materias primas o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular.

— imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias p excesivas provoquen insuficiencias en el abasto, así como el alza en los precios.

— la protección a los consumidores.

5. La materia comercial es de competencia federal.

GISLACIÓN SECUNDARIA Y SUS REGLAMENTOS

II. 1. *El Código de Comercio y el Código Civil*

Aunque puede pensarse que la legislación comercial por excelencia es el Código de Comercio, esto no es así, ya que la mayoría de sus contenidos son tratados en forma dispersa por otras legislaciones que de hecho lo han derogado, materialmente, en muchas de sus partes.

En efecto, el Código de Comercio, publicado en el *Diario Oficial* entre los días 7 a 13 de octubre de 1889, se organizaba en 1,437 artículos, organizados en cinco libros de la siguiente manera:

conteniendo lo relativo a: los comerciantes, las obligaciones comunes de los corredores.

conteniendo lo relativo a: los actos de comercio, las sociedades de comercio, la comisión mercantil, el depósito mercantil, de la compraventa, contratos de seguro, contrato y letras de cambio, libranzas, vales, pagarés, cheques y cartas de crédito, el transporte por vías terrestres o fluviales, la prenda mercantil, la moneda, y las instituciones de crédito.

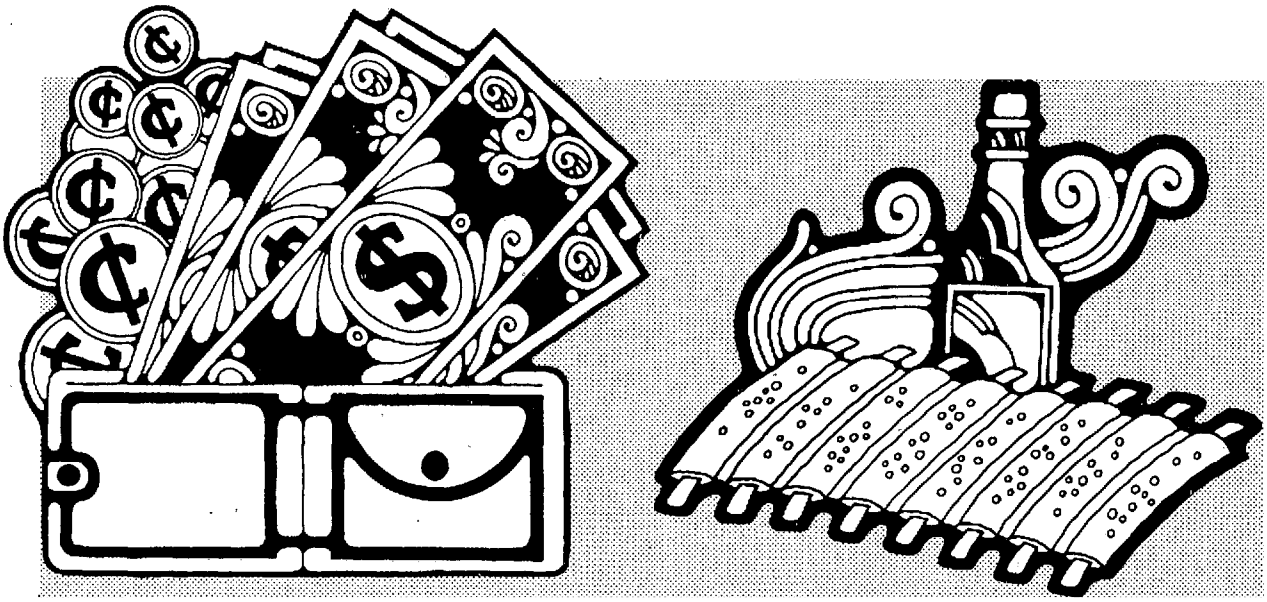
ntenido lo relativo a: el comercio marítimo.

—*Libro cuarto,* conteniendo lo relativo a las quiebras y a las prescripciones. —*Libro quinto,* conteniendo lo relativo a los juicios mercantiles.

De estos cinco libros, los únicos que están plenamente vigentes son el primero y el quinto, en virtud de que del libro segundo únicamente los títulos que se refieren a los contratos mercantiles, con excepción del contrato de seguro y de la prenda mercantil, están vigentes, aunque sujetos a muchas reglas de excepción que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Por su parte, los demás títulos de este libro han sido sustituidos por las siguientes leyes: General de Sociedades Mercantiles, Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito y la Ley Sobre el Contrato de Seguro.

El libro tercero fue totalmente sustituido por la Ley de Navegación y Comercio Marítimo del 10 de enero de 1963,



y el libro cuarto fue derogado por la Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos, publicada en el *Diario Oficial* el 20 de abril de 1943.

Aunado a lo anterior, en virtud de lo dispuesto por el artículo segundo del Código de Comercio, el Código Civil es supletorio a falta de disposición aplicable sobre la materia que nos ocupa; es decir, sobre el comercio de bienes y servicios, a pesar de ser aquél una legislación de carácter local.

En consecuencia, el comercio de bienes y servicios se regula por las pocas disposiciones que quedan vigentes en el Código de Comercio, supletoriamente por el Código Civil y por los distintos aspectos que en forma dispersa se regulan en otras leyes que dan forma a lo que establece el artículo 28 constitucional ya referido; en ocasiones en forma de excepciones a lo que establecen expresamente el derecho común, y en ocasiones regulando aspectos que no habían sido tocados por el viejo Código de Comercio. Analicemos estas reglas.

II.2. *Otras legislaciones comerciales*

A. *La regulación sobre el comercio de productos que pueden generar perjuicios económicos o daños físicos*

A-I- La protección contra daños en materia económica es uno de los campos más antiguos para nuestro Derecho. Jorge Barrera Graf[4] señala que, desde el Código Civil de 1928, se tomaron algunas medidas al respecto, toda vez que los tres principios clásicos del Derecho privado, la autonomía de la voluntad, el efecto relativo de los contratos y la responsabilidad por culpa, fueron restringidos.[5] La autonomía de la voluntad, continúa señalando Barrera Graf, fue restringida por las siguientes razones:

Las partes no pueden modificar los requisitos esenciales del contrato, ni los que sean consecuencia de su naturaleza ordinaria.

La voluntad de los particulares no puede eximir de la observancia de la ley ni alterarla o modificarla. Sólo pueden renunciarse a los derechos privados que no afecten al interés público (artículo 60. del CC).

No se licita la renuncia de derechos que implique perjuicio a derechos de terceros, ni tampoco su abuso (artículos 11, 840 y 1912 del CC).

El incumplimiento de un contrato no puede dejarse al arbitrio de una de las partes (artículo 1797).

El cumplimiento y la ejecución deben hacerse de acuerdo a los principios de la buena fe (artículo 1796 y 1832).

El interés del dinero, en caso de mutuo y de crédito, no debe ser desproporcionado en atención a la situación pecuniaria, la inexperiencia o la ignorancia del deudor (artículos 2395 y 17 del CC).

El principio de relatividad de los contratos resulta afectado no sólo en los varios casos de estipulaciones en favor de terceros, sino también en los casos de solidaridad y de responsabilidad vicaria de los artículos 1923 y 1924, así como la de relaciones de dependencia de que habla el artículo 55 del CC.

Por otra parte, continúa Barrera Graf, si bien rige el principio de responsabilidad por culpa, el Código introduce las figuras de responsabilidad objetiva y de la responsabilidad aquilina regulada en el artículo 1910.

4. Véase Barrera Graf, "La Ley Federal de Protección al Consumidor"; conferencias leídas en la Escuela de Derecho de la UIA, los días 11 y 18 de marzo de 1967.

5. Loc. cit.

Para la responsabilidad aquiliana cabe la posibilidad, al margen de toda idea del dolor, culpa o negligencia, de imponer responsabilidad a quien obra en contra de la ley y de las buenas costumbres, pero siempre que no exista culpa inexcusable de la víctima.[6]

Para el caso de la responsabilidad objetiva se puede responsabilizar a los propietarios por el uso de mecanismos, instrumentos, aparatos o sustancias peligrosas por cualquier causa que sin derecho origine el daño (artículos 1913 y 1932).

Por su parte, el Código Penal también otorga protección económica al consumidor al regular la figura del fraude.

El fraude se ha definido como un delito patrimonial consistente en objetar, mediante falacias o engaños o por falsos artificios, la usurpación de cosas o derechos ajenos.

El Código Penal", en su artículo 386, regula lo que se conoce como el fraude genérico, al disponer:' 'El que engañando a uno o aprovechándose de él... se hace ilícitamente de una cosa o alcanza el lucro indebido".

En el artículo 387 se encuentran regulados:

a. El fraude por falta de entrega de la cosa o devolución del precio.

¿..El fraude por doble venta de una misma cosa.

En este aparato cabe aclarar que el propio Código Civil protege al consumidor a través del saneamiento en caso de evicción (artículo 2119).

Para la Ley Federal de Protección al Consumidor se prescinde de la culpa como presupuesto de la responsabilidad del proveedor, y del derecho del consumidor al resarcimiento de daños, ampliando además la teoría del riesgo creado y de responsabilidad objetiva, y consagrando el principio de responsabilidad del productor.[7]

Sin embargo, los principios consagrados en tal ordenamiento únicamente son aplicables cuando se trata de una relación de consumo. Por tal se entiende aquella relación que se entabla entre un consumidor y un proveedor. En donde el consumidor es la persona que contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de un servicio. Por proveedor se entiende a todo comerciante, industrial o prestador de servicios, ya sea persona física o moral, pública o privada.[8] En consecuencia, en los casos en los cuales no se involucra a una relación de consumo, son aplicables las normas del derecho privado y es requisito el elemento de la culpa.

Cabe señalar que el concepto que la Ley Federal de Protección al Consumidor da de comerciante, difiere uri tanto del concepto que ofrece el Código de Comercio, por cuanto ésta señala que comerciantes serán "quienes hagan del comercio su ocupación habitual o realicen, aunque fuera accidentalmente, un acto de comercio y su objeto sea la compraventa o arrendamiento de bienes muebles o la prestación de un servicio".

A.2. Por lo que hace a los daños psicofísicos que pueden causarse al consumidor, la Ley de Protección al Consumidor no se ocupa de esta materia, dejándola a la competencia de la Ley de Salud del 7 de febrero de 1942, que señala, en su artículo tercero:

En los términos de esta ley, es materia de salubridad general: XXII. El control sanitario de productos y servicios, y de su importación y exportación;

XXIV. El control sanitario de los establecimiento dedicados al proceso de los productos incluidos en las fracciones XXII y XXIII;

XV. El control sanitario de la publicidad de las actividades, productos y servicios a que se refiere esta ley.

6. Ver artículo 3o., de la Ley Federal de Protección al Consumidor.
7. Artículo3o., de la LFPC.
8. No obstante, existen estudios que muestran cómo esta Ley es sistemáticamente violada en las emisiones cotidianas.

A partir de esta base la ley establece toda una reglamentación sobre: alimentos y bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas, medicamentos, estupefacientes, substancias psicotrópicas, productos de belleza y perfumería, productos de aseo, tabaco, así como plaguicidas, fertilizantes y substancias tóxicas.

Tanto la ley, cómo dos reglamentos de la misma, establecen las sanciones a que se hacen responsables quienes violan estas disposiciones, a saber: el Reglamento del control sanitario de la publicidad y el Reglamento de alimentos, bebidas y medicamentos.

B. La regulación sobre contra prácticas comerciales desviadas

Este es el tópico que se trata con menos orden por nuestro, sistema jurídico, debido a que se encuentra disperso en una variedad de cuerpos normativos y, por su parte, la propia Ley Federal de Protección al Consumidor no lo trata con mucho sistema.

B. I. *La reglamentación de la publicidad.* La reglamentación de la publicidad queda confiada a distintos ordenamientos jurídicos. No es nuestra intención transcribir aquí el contenido de tales, sino simplemente hacer alusión a la gran diversidad de éstas.

En la Ley Federal de Radio y Televisión se reglamenta, en los artículos 67 a 72, lo referente a la relación entre tiempo destinado a la programación y tiempo destinado a la transmisión de anuncios publicitarios, así como al tiempo de publicidad que se puede transmitir en los distintos horarios, un poco pensando que el auditorio varía en las distintas horas del día. Así, por ejemplo, durante el tiempo en que los menores observan su programación no podrán transmitirse anuncios referidos a bebidas alcohólicas.> Sobre esto existe un reglamento de los artículos 41 a 48 de la citada ley, en el cual se entra al mayor abundamiento sobre el tema.

Por otra parte, la Ley General de Salud dedica todo el título decimotercero, y un reglamento específico, a la reglamentación de la publicidad, señalando en su artículo 300:

Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salubridad y Asistencia la autorización de la publicidad que se refiere a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de los inválidos, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta ley...

9. Ver artículos 5o.y 19 de la LFPC.

La Ley Federal de Protección al Consumidor destina los artículos 5 al 19 a la regulación de la publicidad general, estableciendo la obligación de informar verazmente al consumidor y prohibiendo, en consecuencia, toda leyenda que pueda inducir a error y que sea utilizada de manera dolosa, tales como "producto de exportación", etcétera.[10]

Por otra parte, la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que los datos que ostentan los productos y sus etiquetas, envases o empaques, y la publicidad respectiva, estarán en idioma español, en términos comprensibles y legibles, y conforme al sistema general de pesas y medidas, salvo que se trate de productos destinados a la exportación.

Además, deberá indicarse cuál es el estado que guarda la mercancía al momento de la operación y el grado de peligrosidad de la misma.

Asimismo, se regula la necesidad de que la publicidad se someta a dictamen previo de la autoridad pública (sin que tal acto sea obligatorio). Una vez aprobada ésta, ya no podrá ser impugnada así la autorización por parte de la autoridad, simplemente constituye una garantía de su veracidad. De acuerdo con los artículos quinto y octavo, el proveedor será responsable por la emisión de publicidad no veraz.

B.2. *La regulación de las garantías.* El sistema de garantías es tocado por primera vez hasta la promulgación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y se regula en los artículos 11 y 12 de la misma, refiriéndose fundamentalmente a la facultad que tendrá la Secretaría de Comercio para fijar las condiciones mínimas que debe contener una póliza de garantía, y al cumplimiento efectivo de las mismas. Por otra parte, se deja claro que cuando se venden mercancías de uso o deficiencia deberá establecerse así en los comprobantes que se expidan.

B.3. *Reglamentación de las promociones y ofertas.* Las promociones y ofertas habían sido consideradas como prácticas tendentes a la constitución de monopolio en la

10. El artículo 16 de la LFPC señala:
"En las promociones y ofertas se observarán las reglas siguientes:
I. En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, el término de duración o el volumen de mercancías del ofrecimiento. Si no se fija plazo ni volumen, se presume que son indefinidas hasta en tanto se haga del conocimiento público la revocación, de modo adecuado y por los mismos medios de difusión.
II. Todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho, durante el término, o en tanto exista el volumen de mercancías del ofrecimiento, a la adquisición de los productos o a la prestación del servicio objeto de la promoción u oferta.
III. Las demás que se establezcan en el reglamento respectivo."

ley orgánica del artículo 28 constitucional, pero en la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor pasan a ser permitidas en tanto que reguladas.[11]

La ley de referencia define como promoción 'el ofrecimiento al público de bienes o servicios, con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro objeto o servicio de cualquier naturaleza'', y como oferta ' 'el ofrecimiento al público de productos o servicios, en iguales condiciones a las que prevalecen en el mercado, a precios rebajados o inferiores a éste".[12]

La autorización de este tipo de operaciones está sujeta a las siguientes condiciones:

1. Requieren de autorización.

2. Quedan sujetas a las reglas que marca la ley.

3 - Generan responsabilidad desde antes de la aceptación.

La declaración unilateral obliga, a diferencia del Sistema del Código Civil, en que la declaración unilateral de voluntad puede ser provocada según los artículos 1860 a 1863.

B.4. *Reglamentación de las operaciones a crédito.* Si bien es cierto, estas operaciones se reglamentan ya en el Código Civil y en el Código de Comercio; éstos se refieren únicamente a operaciones individuales, y en cambio la LFPC se refiere y regula a las operaciones de crédito masivas (artículo 20 y siguientes), alterando en forma significativa los postulados de los Códigos tradicionales. Estas modificaciones pueden resumirse en las siguientes:

1. Se introduce la obligación de informar, por parte del proveedor, sobre el precio de contado del bien o servicio, el monto de los intereses y la tasa a que ellos se calculan, el total de los intereses apagar, el monto y detalle de cualquier cargo si lo hubiera, el número de pagos a realizar, cantidad a pagar en total por dicho bien o servicio, y el derecho que tiene el consumidor a pagar por adelantado con la consecuente reducción de los intereses.

Este tipo de reglamentación era inexistente en los Códigos tradicionales y su ausencia dio lugar a grandes abusos.[13]

2. Se reglamentan los mutuos con interés, y se modifica el sistema civil en los siguientes puntos:

3. La base para el cálculo de intereses en la LFPC es el saldo insoluto; en cambio en el sistema civil éstos pueden capitalizarse.[14]

La tasa de interés, en el sistema civil, es libre; en cambio en la LFPC éstos son fijados por la SECOFIN, aunque de hecho esta facultad no ha sido ejercida.[15]

3. Por lo que hace a intereses moratorios, no podrán capitalizarse.[16]

4. Se elimina la posibilidad del anatoicismo.[17]

5. El pago de intereses sólo podrá ser exigido por periodos vencidos.[18]

6. Se establecen sanciones para la contravención de estas reglas. [19]

Existe la posibilidad de calificar de inexistente una operación, con el consecuente pago de daños y perjuicios y de devolución de lo pagado.

b) Existe la posibilidad de la declaración de nulidad.

Existe la posibilidad de la sanción penal por el delito de usura.

B. 5 *La regulación del contrato de presentación de servicios.* Ya en, el Código Civil se ha reglamentado este tip de contrato, pero en la LFPC se introducen algunos nuevas reglas relativos a éstos.

1. Se introduce la obligación de utilizar partes y refacciones nuevas, bajo pena de sanción, y de obligación, de sustituir de nueva cuenta las refacciones usadas por nuevas.

2. Se establece un sistema de garantías por el plazo de treinta días seguidos a la prestación del servicio. Por lo que hace a productos de reparación o limpieza, o reacondicionamiento, etcétera, se deberá indemnizar al consumidor si la cosa se pierde o deteriora por causa de la deficiencia del servicio.

3. Se establece la obligación de que las tarifas sean públicas.

4. No deberá discriminarse a nada que solicite un servicio.

5. Se prohíbe la diferencia de precios por la intermediación.

6. Se obliga a los proveedores a otorgar comprobantes por los trabajados efectuados.

B.6 *La regulación de las ventas a domicilio.* Una figura que se venía realizando a últimas fechas, y que es regulada por primera vez en la LFPC, ésta señala, en su artículo 46, que: "... por venta a domicilio se entiende la que se

11. Señala, además, la Ley que toda promoción requiere de autorización. Ver artículo 17.
12. Ver artículo 2o. de la LFPC.
13. Ver artículo 3o. de la LFPC.
14. Ver artículo 22 de la LFPC.
15. Ver artículo 25 de la LFPC.
16. *Ídem.*
17. *Ídem.*
18. Ver artículos 26 y 31 de la LFPC.
19. Ver artículo 63 de la LFPC.

propone a una persona física en el lugar en donde habita, en forma permanente o transitoria, o en el de su trabajo". Como regla básica para este tipo de operaciones se establece que el consentimiento se perfecciona hasta pasados cinco días hábiles después de la fecha de la firma del contrato.

B.J. La regulación de los precios. La problemática relativa a la fijación de precios máximos se encuentra regulada en los artículos 2o. y 3o. de la Ley de atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, así como en la ley reglamentaria de los artículos 7o. y 8o. constitucionales en materia de monopolios. En donde se otorga la facultad, al Ejecutivo Federal, para fijar precios máximos de determinados artículos por conducto de la hoy Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

C. La regulación de los contratos de adhesión

Es, por primera vez, en el artículo cuarto de la Ley Federal de Protección al Consumidor, cuando se define al contrato de adhesión como aquel cuyas cláusulas han sido aprobadas por alguna autoridad, o redactadas unilateralmente por el proveedor, sin que la contraparte pueda discutir su contenido.

Sin embargo, en la ley no se reglamentan las prácticas de adhesión, sino simplemente se faculta a la Procuraduría Federal del Consumidor para ' 'vigilar que los contratos de adhesión no contengan cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores o les imponga obligaciones inequitativas".

El clausulado de los contratos de adhesión puede ser modificado, a moción de la Procuraduría, para lo cual se distinguen dos procedimientos:

1. Cuando se trata de contratos que han sido autorizados o aprobados por una autoridad pública, ésta tomará las medidas pertinentes, previa audiencia con el proveedor para modificar el clausulado.

2. Cuando se trata de contratos que no requieren autorización o aprobación de alguna autoridad pública, la Procuraduría, en representación del interés colectivo de los consumidores, gestionará, en un plazo no mayor de cinco días, a partir de que se conozca el caso, ante los proveedores respectivos, la modificación del clausulado. En este caso, si no sé obtiene un resultado satisfactorio en treinta días, la Procuraduría podrá:

- Advertir al público de la anormalidad de contrato en cuestión, por sí o a través del Instituto Nacional del Consumidor.
- Demandar, ante los tribunales, la nulidad de las cláusulas en cuestión.
- Elevar a la consideración del Ejecutivo Federal las medidas conducentes para regular el contenido de los contratos referidos.

De lo cual se desprende que la Procuraduría carece de facultades de autoridad para modificar por sí misma el contenido del contrato,

E. La regulación sobre calibración de los productos

La Ley de metrología y normalización aprobada por el Congreso de la Unión durante el periodo ordinario de sesiones septiembre-diciembre de 1987, recoge los sistemas mundialmente reconocidos de calibración, pesas y medidas, garantizando con ello que el consumidor reciba el producto que compra justamente en las cantidades acordadas.[20]

F. Los mecanismos de arbitraje de controversias comerciales

Aunque como comentábamos, el libro quinto del Código de Comercio, relativo a los juicios mercantiles, se encuentra plenamente vigente, sin embargo en la Ley Federal de Protección al Consumidor se contempla un mecanismo de solución de controversias mercantiles entre consumidor y proveedor que, en su primera fase (conciliatoria) es obligatorio cuando el que demanda es el consumidor, y alternativo en su segunda fase (arbitraje).

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Como queda visto en este muy breve repaso de las normas que regulan el comercio de bienes y servicios en México, la abrogación del Código de Comercio sería un mero acto de formalización, toda vez que la mayoría de los aspectos comerciales están regulados en otras legislaciones.

Por otra parte, varios de esos cuerpos jurídicos, tales como.la Ley de Monopolios y la Ley de Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, fueron promulgadas por el Presidente de la República en uso de atribuciones extraordinarias para responder a coyunturas económicas o sociales muy precisas.

El Código Ovil, siendo una legislación local que regula varios de los aspectos mercantiles que no encuentran marco regulatorio en el Código de Comercio.

En consecuencia, es necesario pensar en la posibilidad de un nuevo Código de Comercio que agrupe las normas ahora dispersas en distintos cuerpos normativos.

20. Ver fracción VIII del artículo 58 de la LFPC.