



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

INSTITUTO PATRIA BOSQUES

UNAM 8820-09

**EL REGISTRO OBLIGATORIO DEL
CONTRATO DE ADHESIÓN POR PARTE DE
LOS COMERCIANTES ANTE LA
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO**

**P R E S E N T A
EDWIN CALDERÓN RAZO**

ASESOR: LICENCIADO EN DERECHO MARTÍN RUÍZ BALTAZAR

MÉXICO

2016



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.

DEDICATORIA

A DIOS.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y continuar, asimismo por haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. Por ti soy lo que soy y gracias a ti tres tesoros tengo, la salud, el amor y mi familia., Gracias Dios por todo lo que me has dado, gracias por no soltar mi mano y mantenerme a tu lado contra vientos y marea.

A MI MAMÁ MA. ISABEL RAZO CAMARGO.

Por haberme apoyado en todo momento, por tus consejos, tus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, cuando todos los caminos se cerraban, tu puerta era la única siempre abierta; eres la mejor mamá de todas.

Doy gracias a Dios por haberme permitido tener una maravillosa mamá como tú en mi vida, porque cuando todo se ponía difícil ahí estabas tú a mi lado diciéndome que todo saldría bien. Gracias Mamá por todo lo que hiciste y por todo lo que serías capaz de hacer. Sin ti no sería quien soy actualmente. Gracias por ayudarme, por animarme y empujarme a la felicidad que he alcanzado. Sin ti nada hubiera sido posible. Pero más que nada, por tu amor, gracias mamá te amo.

A MI PAPÁ LUIS CALDERÓN HERRERA.

Por ser mi claro ejemplo de perseverancia y constancia que te caracterizan y que me haz infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por tu amor; al igual que mi mamá gracias a ti he podido cumplir mis sueños, es por eso que ahora soy muy feliz, y todo se los debo a ustedes; eres el mejor papá de todos.

Doy gracias a Dios por haberme permitido tener un maravilloso papá como tú en mi vida, siempre me has cuidado, protegido y sobre todo instruido, por esto y muchas cosas más gracias papá te amo.

SERES QUERIDOS ESPECIALES EN MI VIDA:

Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes; he logrado concluir con éxito un proyecto que en un principio podría parecer una tarea interminable. Quisiera dedicar mi tesis a ustedes, personas de bien, seres que ofrecen amor y bienestar.

MIS ABUELITAS: ISABEL CAMARGO ARREDONDO (QEPD) e ISABEL HERRERA SOTO (QEPD), por amarme, apoyarme y cuidarme siempre, esto también se lo debo a ustedes, las amaré siempre.

MI PROMETIDA: MARÍA DE LA LUZ PÉREZ GUAJARDO mi ahora prometida, por apoyarme e impulsarme en la culminación de este camino, que Dios nos guíe en los nuevos proyectos de la vida; te amo.

MIS TÍOS Y TÍAS: JOSÉ RAZO CAMARGO, ROSA RAZO CAMARGO, LEANDRO RAZO CAMARGO, ALFONSO CALDERÓN HERRERA, CANDELARIA RAZO Y MEDARDO RAZO, por sus palabras que directamente influyen en las decisiones que he de tomar en la vida, y esta es una, Gracias.

MIS HERMANAS: JUANA IVONNE CALDERÓN RAZO, SELENE MARLEN CALDERÓN RAZO, MAYBULT CRISTEL CALDERÓN RAZO Y DAYANA ELOÍSA CALDERÓN RAZO por estar conmigo y apoyarme siempre, las quiero mucho.

A MIS AMIGOS: A TODAS MIS AMISTADES, EN ESPECIAL AL C.P. ENRIQUE JUÁREZ RAMÍREZ por los consejos que me dio en su momento, siempre están presentes en mi día a día, gracias.

Los anteriores son un solo conjunto: seres queridos de gran importancia inimaginable, no podría sentirme más ameno con la confianza puesta sobre mi persona, especialmente cuando he contado con su mejor apoyo a lo largo del trayecto de mi vida, gracias.

A MI ESCUELA INSTITUTO PATRIA BOSQUES:

Por mis excelentes maestros que, sin su ayuda nunca hubiera podido llegar a este punto y hacer esta tesis. A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma. Para todos ellos hago esta dedicatoria, gracias.

A LA UNAM:

Por haberme aportado los elementos necesarios para lograr esta meta, y formar seres de calidad humana y sobre todo profesionistas de valores y virtudes que el país necesita, por ser una excelente casa de estudios, gracias.

A TODOS MIS PROFESORES DEL INSTITUTO PATRIA BOSQUES UNIVERSIDAD:

Por formar parte de mi vida, y este éxito, ya que de ustedes aprendí además de una sublime cátedra, valores y virtudes que en mí ahora es el carácter necesario para la vida futura, por siempre gracias.

A MI ASESOR:

El Licenciado en Derecho Martín Ruíz Baltazar, por haber sido mi Profesor y ser ilustre en el desempeño de su actuar asimismo, por haberme apoyado e impulsado en este significativo logro, por siempre gracias.

**EL REGISTRO OBLIGATORIO DEL
CONTRATO DE ADHESIÓN POR PARTE DE
LOS COMERCIANTES ANTE LA
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	Pág. I
-------------------	-----------

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES DEL DERECHO MERCANTIL

1.1. El Comercio en la Antigüedad.....	1
1.1.1. Norma Sustantivas.....	2
1.1.1.1. Echazón por Avería / Ley de la Echazón.....	2
1.1.1.2. Phoenus Nauticum o Préstamo a la Gruesa.....	4
1.1.2. Normas Adjetivas.....	4
1.1.2.1. Acciones Adjetitae Qualitatis.....	5
1.1.2.1.1. Actio Excersitoria.....	5
1.1.2.1.2. Actio Insitoria.....	5
1.2. Nacimiento del Derecho Mercantil en la Edad Media.....	6
1.3. Evolución del Derecho Mercantil.....	7
1.3.1. Edad Moderna.....	10
1.3.1.1. Renacimiento.....	10
1.3.2. Edad Contemporánea.....	10
1.3.1.1. Evolución Industrial y sus efectos en el Derecho Mercantil.....	12
1.3.1.2. Siglo XX.....	12
1.3.1.3. Globalización.....	13

1.3.1.4. Situación Actual.....	13
1.4. Historia del Derecho Mercantil en México.....	16
1.4.1 Época Prehispánica.....	18
1.4.2 Época Colonial.....	18
1.4.3 México Independiente.....	20
1.4.4 El Porfiriato	21
1.4.5 Siglo XX en México.....	23
1.4.6 Situación Actual en México.....	24

CAPÍTULO 2

CONCEPTOS GENERALES

2.1. Dependencias.....	28
2.1.1. Secretaría de Economía.....	28
2.1.2. Procuraduría Federal del Consumidor.....	28
2.1.3. Contencioso Administrativo.....	28
2.1.4. Concepto de Tribunal.....	29
2.1.5. Derecho Mercantil.....	29
2.1.6. Comerciante.....	29
2.1.7. Contrato de manera “general”.....	29
2.1.8. Contrato Civil.....	30
2.1.9. Contrato Mercantil.....	30
2.1.10. Contrato de Adhesión.....	30
2.2. Conceptos derivados del Contrato de Adhesión.....	31
2.2.1. Actuaciones Electrónicas	31
2.2.2. Afirmativa Ficta.....	31
2.2.3. Archivo Electrónico.....	31
2.2.4. Aviso de Adopción	31
2.2.5. Clave de Usuario	32
2.2.6. Consumidor.....	32

2.2.7. Contraseña	32
2.2.8. Contrato de Adhesión.....	32
2.2.9. Contrato Tipo.....	33
2.2.10. Contrato No Tipo.....	33
2.2.11. Cronología del Trámite.....	33
2.2.12. Centro Integral de Servicios (CIS).....	34
2.2.13. Día Inhábil.....	34
2.2.14. Dictamen (para contratos de adhesión).....	34
2.2.15. Dirección de Correo Electrónico	34
2.2.16. Firma Electrónica	34
2.2.17. Funcionario	35
2.2.18. Ley	35
2.2.19. Ley Federal de Protección al Consumidor.....	35
2.2.20. Medios de Comunicación Electrónica.....	35
2.2.21. Modelo de Contrato.....	36
2.2.22. Modelo de Contrato Electrónico.....	36
2.2.23. Negativa de Registro.....	36
2.2.24. Notificación.....	36
2.2.25. Normas Oficiales Mexicanas (NOM).....	37
2.2.26. Normas Mexicanas (NMX).....	37
2.2.27. Normas de Referencia (NRF).....	37
2.2.28. Persona Física.....	38
2.2.29. Persona Moral.....	38
2.2.30. Portal.....	38
2.2.31. Procuraduría.....	38
2.2.32. Proveedor/Comerciante.....	39
2.2.33. Registro.....	39
2.2.34. Reglamento.....	39
2.2.35. Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.....	39
2.2.36. Registro en Línea: El Registro de Contratos de Adhesión en Línea...	40
2.2.37. Registro Obligatorio.....	40

2.2.38. Registro Voluntario.....	40
2.2.39. Registro Federal de Contribuyentes (RFC).....	41
2.2.40. Solicitud.....	41
2.2.41. Trámite.....	41
2.2.42. Trámite Electrónico.....	41

CAPÍTULO 3

LEGISLACIÓN

3.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.....	42
3.2. Código de Comercio.....	45
3.3. Ley Federal de Protección al Consumidor.....	48
3.4. Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.....	60
3.5. Normas Oficiales.....	69

CAPÍTULO 4

PROCEDIMIENTO LEGAL PARA REGISTRAR UN CONTRATO DE ADHESIÓN ANTE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

4.1. Organigrama Funcional de la Secretaría de Economía.....	72
4.2. Organigrama Funcional de la Procuraduría Federal del Consumidor	73
4.3. Procedimiento de Solicitud de Registro de los Contratos de Adhesión.....	83
4.3.1. Medios y Requisitos para Presentar la Solicitud de Registro.....	84
4.3.1.1. Tramite Personal.....	84
4.3.1.2. Trámite Electrónico.....	86
4.3.2. Término de Resolución por parte de la Procuraduría Federal Del Consumidor.....	89
4.3.3. Análisis Jurídico y Resolución del Contrato de Adhesión.....	90

4.3.3.1. Dictamen.....	90
4.3.3.2. Registro.....	91
4.3.3.3. Negativa.....	91
4.3.4 Afirmativa Ficta.....	91
4.3.5. Modificaciones al Contrato Registrado en el Registro Público de Contratos de Adhesión (RPCA).....	96
PROPUESTA.....	97
CONCLUSIONES.....	100
BIBLIOGRAFÍA.....	104

INTRODUCCIÓN

En los inicios de la vida del ser humano, existieron necesidades que satisfacer, por lo que empieza a realizar actividades para llevar a cabo primeramente las personales, como después la de su familia, con posterioridad al surgimiento de la organización de la sociedad el satisfacer las necesidades personales y familiares fueron superados y con los sobrantes empezaron a realizar lo que se conoció como un fenómeno con el nombre de trueque, que tal vez en sí mismo no puede ser calificado de mercantil, pero que tiene como consecuencia el inicio y bases del comercio. Con posterioridad el realizar el intercambio de mercancías no era ésta para satisfacer sus necesidades sino para obtener una ganancia y como consecuencia surge el comercio del cambio por el cambio y junto la figura de los distintos oficios entre ellos el de comerciante, el hombre que se dedica a interponerse en el cambio de satisfactores. Posteriormente, para que no existiera problemas en el famoso intercambio de mercancías, por motivos de que la gente pensaba que se le otorgaba menos por lo que él estaba entregando, se le dio un precio a las cosas, sin embargo la gente de cualquier manera no quedaba conforme hasta que se crea lo que hoy conocemos como “moneda”, que se utilizaba para pagar el consumo de mercancías. En México el trueque se realizaba con objetos, confrontados según su valor; carecían en lo absoluto de la moneda acuñada, mas empleaban para suplirla ciertos productos que servían como pecunia en las transacciones mercantiles, se caracterizó por ser primeramente utilizado el “grano de cacao” como moneda, por costales y granos, a mayor medida, mayor la facultad de adquisición a quien la ofrecía.

Posteriormente, en 1521 la conquista española envolvió al país conquistándole y transformándolo no solo en el orden político y moral, sino también en el orden de la agricultura, de la industria y del comercio: la introducción de ganadería, de nuevos cereales como el arroz, el trigo, la cebada y otros de igual especie, y del cultivo de algunas plantas como la caña de azúcar, gusano de seda, grana, lino, cáñamo, olivo, pero principalmente el grande impulso que recibió la explotación de minerales del país dándole un valor, abrieron nuevas corrientes hasta entonces desconocidas para los indígenas, a la industria, a la agricultura y al comercio, a su vez incluyendo el concepto de economía al

país. Por lo que, la organización que se dio a la propiedad bajo el gobierno colonial, instauró monopolios, dio esclavitud a la clase indígena, creó el sistema de impuestos o tributos públicos, a su vez, la incomunicación a que fue condenada México en ese tiempo conocido como la Nueva España con las demás naciones, impidieron que el comercio adquiriese su desenvolvimiento natural.

Posteriormente se consumó la independencia, las ordenanzas de Bilbao continuaron aplicándose, ya que eran tomadas en consideración como la única legislación en materia comercial en la República Mexicana.

Actualmente, el comercio es regulado por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Código de Comercio, el Código Civil, la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás legislación aplicable, por lo que en nuestra sociedad, el consumo constituye el sustento de la producción, existen derechos y obligaciones derivadas de las relaciones de consumo, en virtud de las cuales las normas jurídicas que integran nuestro derecho objetivo, deben garantizar la equidad en las relaciones de consumo.

En el año de 1976, se crea en México la primera Ley Federal de Protección al Consumidor y al Instituto Nacional del Consumidor. Posteriormente se reformó la legislación y con esto se le denominó como Procuraduría Federal del Consumidor el cual es, un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, con funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores.

En estas, interactúan dos partes, una denominada proveedor que es la persona física o moral, que habitual o periódicamente ofrece distribuye, vende, arrienda, concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios a otra persona física o moral denominada consumidor, quien disfruta como destinatario final los bienes, productos o servicios o en su caso es la persona que los utiliza o consume con objeto de integrarlos en procesos de

producción, transformación comercialización o prestación de servicios a través de terceros.

Los proveedores de un bien o servicio tienen obligación hacia los consumidores, los cuales tienen a su vez el derecho de que se les garantice la efectividad y cumplimiento del servicio que están adquiriendo, siendo en nuestro país la Ley Federal de Protección al Consumidor, la encargada de regular los derechos y obligaciones tanto de los consumidores como los proveedores.

A efecto de garantizar la equidad y seguridad jurídica entre los consumidores y proveedores, la Procuraduría Federal del Consumidor, tiene tres grandes funciones que son: las preventivas, que consiste en informar y educar para el consumo, en orientar y capacitar al consumidor, así como vigilar las disposiciones legales relacionadas con la publicidad, las garantías, las ventajas, las promociones, las ofertas y el registro de contratos de adhesión con el objeto de proteger los derechos e intereses del consumidor; las conciliatorias que tienen que ver con la resolución de controversias entre proveedores y consumidores; y las correctivas que consisten en mecanismos creados para sancionar conductas indebidas por parte de los proveedores encaminadas a evitar su propagación y reincidencia.

En el año de 1988 en una reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 63, se establece por primera vez que los contratos de adhesión deberán ser aprobados por la Procuraduría Federal del Consumidor, definiéndose el procedimiento para su registro ante la Dirección de Contratos de adhesión y establece que una vez aprobados deben ser inscritos en el Registro Público de contratos de adhesión, siendo la Procuraduría Federal del Consumidor competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos. El contrato de adhesión es 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, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato, sujetándose a lo establecido en

la Ley Federal de Protección al Consumidor y a lo establecido en las Normas Oficiales Mexicanas.

Por consiguiente, se exige a los proveedores la inscripción de los contratos de adhesión antes de ser utilizados, con el fin de vigilar que no contengan cláusulas que lesionen al consumidor por desproporcionadas o abusivas y en el caso de que un contrato de adhesión sea utilizado por un proveedor en perjuicio de un consumidor, este último puede acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor a efecto de exigir su cumplimiento.

El procedimiento que se sigue para la aprobación y registro de un contrato de adhesión ante la Dirección de Contratos de Adhesión, de la Procuraduría de Protección al Consumidor, se lleva a cabo en tres pasos: presentando primero una solicitud de registro ante la Procuraduría Federal del Consumidor con los documentos y contrato que se pretende registrar, posteriormente se dictamina dicho contrato, es decir se verifica que cumplan con la Norma Oficial Mexicana según el giro comercial, así como lo establecido en la propia Ley Federal de Protección al Consumidor, una vez hecho esto si reúne todos los requisitos se aprueba y se manda registrar, lo cual debe suceder en un periodo de treinta días.

Tomando en consideración, que hoy en día la actividad comercial es denominada como global, es por lo que también abarca a nuestro país, y como consecuencia se dan actividades comerciales que de una forma no se encuentran bien equilibradas entre proveedor y consumidor, por lo que, dicha actividad comercial debe estar vigilada y registrada ante una autoridad comercial, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor, como lo es el caso de los famosos Contratos de Adhesión, que lo regula la Ley Federal de Protección al Consumidor, donde manifiesta que estos contratos deben ser registrados ante tal institución para su aprobación y las cláusulas de los mismos no sean tan desproporcionadas entre el proveedor y el consumidor.

Es por lo que, en el presente trabajo propongo como tema de la presente tesis, regular el registro de los contratos de adhesión de forma obligatoria, por lo que considero como necesaria la reforma al artículo 87 de la Ley en cita, con el fin de que todo contrato

utilizado en las relaciones de consumo entre un proveedor y un consumidor para cualquiera que sea el objeto del mismo, se presente la solicitud de registro de contrato de adhesión que utilice en las relaciones de consumo, de manera obligatoria ante la Procuraduría Federal del Consumidor, a efecto de que esta autoridad Gubernamental sea quien determine si procede o no el registro derivado del análisis jurídico respectivo y así evitar los abusos de proveedores antes los propios consumidores, brindado de esta forma certeza y seguridad jurídica entre las partes.

Como consecuencia, la propuesta del presente trabajo de tesis es que se reforme el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor quedando de la siguiente manera: Todo contrato de adhesión que sea utilizado para las relaciones de consumo que celebren los proveedores con los consumidores, deberán presentarlos ante la Procuraduría Federal del Consumidor antes de su utilización y ésta, determinará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán por aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro.

Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

Como consecuencia para complementar mi propuesta se deberá derogar el artículo 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que este artículo de forma general manifiesta que los Contratos de Adhesión que realizan los proveedores para sus actividades comerciales, podrán inscribirlos de forma voluntaria ante la Procuraduría, entendiéndose esta última como la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor. Por último también tendría que derogarse las Normas Mexicanas, tomando en

consideración que estas deben de realizarse de forma voluntaria, lo que es totalmente opuesto a las Normas Oficiales Mexicanas, que en estas se deben de cumplimentar de forma obligatoria celebrar Contrato de Adhesión.

El presente trabajo se realizó utilizando diversos métodos de investigación tales como: el Método Histórico, ya que tuvimos que ir a través del tiempo para saber cómo surge el Derecho Mercantil tanto a nivel internacional como nacional, ya que es importante para la elaboración de la presente tesis; también se utilizó el Método Deductivo ya que se partió de lo general a lo particular, en base al razonamiento lógico y suposiciones; Método Inductivo, determinando el estudio y análisis de hechos o fenómenos particulares; el Método Analítico, ya que en base a la investigación profunda se determinan causas y efectos; Método Dialectico ya que se utiliza la razón; el Método Científico en relación con el Método Sociológico tomando como base la observación de los fenómenos sociales y por último el Método Jurídico, que es el que se encarga de analizar la ley y como consecuencia sacar conclusiones de la misma.

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES DEL DERECHO MERCANTIL

1.1. El Comercio en la Antigüedad.

En los inicios de la vida del ser humano este tiene necesidades que satisfacer, por lo que, empieza a realizar actividades para satisfacer las personales como después la de su familia, con posterioridad al surgimiento de la organización de la sociedad el satisfacer las necesidades personales y familiares fueron superados y con los sobrantes empezaron a realizar lo que se conoció como un fenómeno con el nombre de trueque, que tal vez en sí mismo no puede ser calificado de mercantil, pero que tiene como consecuencia el inicio y bases del comercio. Con posterioridad el realizar el intercambio de mercancías no era esta para satisfacer sus necesidades sino para obtener una ganancia y como consecuencia surge el comercio del cambio por el cambio y junto la figura de los distintos oficios entre ellos el de comerciante, el hombre que se dedica a interponerse en el cambio de satisfactores. Posteriormente para que no existiera problemas en el famoso intercambio de mercancías, por motivos de que la gente pensaba que se le otorgaba menos por lo que él estaba entregando, se le dio un precio a las cosas, sin embargo la gente de cualquier manera no quedaba conforme hasta que se crea lo que hoy conocemos como “moneda”, que se utilizaba para pagar el consumo de mercancías.

El comercio consistía en el transporte de bienes desde un lugar a otro con el fin de intercambiarlos. En este caso el transporte de mercancías a larga distancia era caro y arriesgado por lo tanto; Para El economista británico Adam Smith, fundador de la ciencia económica, dice en su libro: La riqueza de las naciones (1776) que: “La propensión al trueque y al intercambio de una cosa por otra, es una característica intrínseca a la naturaleza humana”¹. En este contexto el comercio se realizaba, generalmente, en

¹ Adam Smith, Compendio de "La Riqueza de las Naciones", Condorcet, 2003, España, p.125.

mercados locales, siendo los bienes comercializados, fundamentalmente, alimentos y vestidos

1.1.1. Norma Sustantivas.

Se refiere al conjunto de normas que establece los derechos y obligaciones de los sujetos que están vinculados por el orden jurídico establecido por el estado. Desde otro punto de vista, el Derecho sustantivo regula y fundamenta directamente el contenido de los deberes y facultades: el Derecho civil, el Derecho penal, el Derecho mercantil por lo que el artículo 185 del Código Civil establece cuales son las causas de divorcios. Se tiene que este dispositivo es simplemente sustantivo. Al Derecho penal sustantivo también se le denomina Derecho penal de materia y es el que se consagra en el código penal. Cabe mencionar que el Derecho Penal Sustantivo es la parte estática o imagen sin movimiento, en tanto que el derecho penal adjetivo es la parte dinámica o imagen en movimiento. Ejemplos de derecho sustantivo:

- Normas que declaran la mayoría de edad.
- Derechos del acreedor.
- Obligaciones de deudor.

El Derecho sustantivo es el conjunto de normas que pueden ser reconocidas y admitidas a través de diferentes sistemas jurídicos dando seguridad y certeza a los sujetos.

1.1.1.1. Echazón por Avería / Ley de la Echazón.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE), la segunda acepción de echazón es la acción y efecto de arrojar al agua la carga, parte de ella o ciertos objetos pesados de un buque, cuando es necesario aligerarlo. El origen de esta norma es muy antiguo ya que se remonta, aproximadamente, al siglo VII a.C., cuando los marineros de la isla griega de Rodas, en el extremo oriental del Mar Mediterráneo, cerca de la actual costa turca afianzaron una costumbre que, con el tiempo, se convirtió en ley, misma que consistía en lo siguiente:

“Si el capitán de un buque tomaba la decisión de deshacerse, voluntariamente, de parte o de toda la carga que transportaba su barco para poner a salvo el propio navío o a sus tripulantes, la norma no escrita establecía que todos los supervivientes tenían que pagar el coste del material arrojado al mar, prorrateándolo entre ellos. Al fin y al cabo, se suponía que si no hubieran echado por la borda aquella carga (de ahí lo de echazón) habrían perecido ahogados. A partir de entonces, el uso de esta costumbre de Rodas se generalizó entre todos los navegantes mediterráneos y, en el s. VI d.C., se incluyó en el Digesto (la gran obra jurídica del emperador Justiniano) como “lege rhodia de iactu” (Título II, Libro XIV): Disponerse en la ley rodia: “Que si para aliviar una nave se hizo alijo de mercancías, se resarza a contribución de todos el daño que en beneficio de todos se causó”. Con el paso del tiempo, la echazón fue evolucionando, de modo que las pérdidas ya no corrían a cargo de quienes habían evitado un naufragio, sino del seguro contratado a tal efecto o en última instancia del armador del barco.”²

“En el Derecho Mercantil español, las Ordenanzas de Bilbao de 1737 incluyeron la echazón entre las averías gruesas (una avería es todo gasto extraordinario o eventual que, para conservar el buque, el cargamento o ambas cosas ocurriere durante la navegación; y pueden ser simples o gruesas; según los Arts. 806 y siguientes del Código de Comercio español).”³ Precisamente, el Art. 815 establece que el capitán dirigirá la echazón y mandará arrojar los efectos por el orden siguiente:

- 1) Los que se hallaren sobre cubierta, empezando por los que embaracen la maniobra o perjudiquen al buque, prefiriendo, si es posible, los más pesados y de menos utilidad y valor.
- 2) Los que estuvieren bajo la cubierta superior, comenzando siempre por los de más peso y menos valor, hasta la cantidad y número que fuese absolutamente

² Javier Arce Gargollo, “Contratos Mercantiles Atípicos”, Porrúa, 1985, México.

³ Roberto Mantilla Molina, “Derecho Mercantil”, Porrúa, 1996, México.

indispensable. En el ámbito internacional, esta materia se regula en las Reglas de York-Amberes para liquidar las averías.

1.1.1.2. Phoenus Nauticum o Préstamo a la Gruesa.

Es una variante del contrato de mutuo, que consiste en que el prestamista entrega dinero u otros bienes fungibles a un naviero para realizar transporte marítimo, obligándose el naviero a pagar al prestamista el precio del riesgo (pretium periculi) si el viaje concluía en feliz arribo a puerto, en caso contrario, si el barco naufraga o no llega a puerto, nada debe el naviero al mutuante (perdiendo capital e intereses).

1.1.2. Normas Adjetivas.

Por su parte lo integran aquellas normas también dictadas por el órgano competente del estado que permitan el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes que se establecen con el derecho sustantivo. Son las normas destinadas a garantizar el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de las obligaciones consagradas por el derecho sustantivo. Por ejemplo:

- Derecho a seguro social.
- Derecho a la salud.
- Derecho a la educación.
- Derecho al voto.
- Derecho a la autoría.
- Acceso a la justicia.
- Libertad sindical.

Podemos destacar, que se señala la forma en la que se va a hacer valer el derecho contenido en el Derecho sustantivo, y ambos crean un cuerpo de leyes que se complementan, pues sin uno el otro no tendría vida. Este establece el procedimiento para ejecutar o hacer valer tales derechos y que la doctrina universalmente ha consagrado como el Derecho procedimental como es el caso de Derecho procesal civil, penal o

laboral. Está conformado por las normas que regulan el proceso, que es, a su vez, el mecanismo para realizar al Derecho sustantivo.

1.1.2.1. Acciones Adjetitae Qualitatis.

Son una serie de acciones concedidas por el pretor para hacer valer la responsabilidad del pater familias el cual “ Era en la antigüedad aquella persona o individuo que tenía la potestad y dominio legal del hogar y de cada uno de los miembros que la componían”⁴. Respecto de las obligaciones contraídas por el hijo o por el esclavo, en distintos supuestos. Así, los acreedores que habían contratado con el hijo o el esclavo podían reclamar sus créditos al pater, como si hubiesen contratado con él mismo. La técnica utilizada por el pretor para conseguir este objetivo consistía en agregar a la fórmula de la acción común, la actio adjectitae qualitatis adecuada, lo que se traducía en que la fórmula que se redactaba representaba la mixtura de ambas; concretamente, ello implicaba que en la intención se mencionaba al dependiente, en tanto que en la condemnatio se escribía el nombre del pater (acción con transposición de personas).

1.1.2.1.1.1 “Actio Excersitoria: Tenía por finalidad hacer responsable al pater familias de las deudas contraídas por un hijo o esclavo a quien el padre había conocido al frente de un negocio marítimo como excitor navis o armador.”⁵

1.1.2.1.1.2 “Actio Institoria: Estas acciones adieticiae qualitatis con el correr del tiempo se extendieron a actos realizados por personas que, no estando sometidos a potestad, actuaban a nombre de otro. Así, sólo a modo de ejemplo, podemos mencionar el caso de actio quasi institoria in rem ad vel exemplum institoriae, para el caso de negocios cuya gestión se encomendaba a un administrador.”⁶

⁴ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 2014, España, p.522.

⁵ Raúl Cervantes Ahumada. “Derecho Mercantil”, Porrúa, 2000, México.

⁶ Felipe de Jesús Tena, “Derecho Mercantil Mexicano”, Porrúa, 1999, México.

1.2. Nacimiento del Derecho Mercantil en la Edad Media.

Fue durante la edad media que se separó de forma identificativa lo que venía a ser el Derecho Mercantil del anterior derecho civil romano. Por primera vez, y sirviendo de precedente, se le otorgaba al comercio su justo valor, derivado, no obstante, por el crecimiento exponencial de las relaciones comerciales entre todos los pueblos medievales. Distintos productos, distintas monedas, y distintas formas de comerciar merecían su justo estudio y regulación en una parte indivisa ajena al antiguo Derecho Civil Romano.

Se cree que el Derecho Mercantil nació dentro de las asociaciones de gremios y mercaderes que inundaban las ciudades medievales. De esta forma defendían de una mejor manera sus intereses y ayudaban a una mejor integración de los futuros participantes al mundo del comercio. Tanto los compradores como los vendedores estaban interesados en llegar al precio justo, tanto vale, tanto pago. La justicia por tanto era la virtud por excelencia que caracterizaba el comercio. Surgen por tanto diferentes tribunales de mercaderes y diferentes estatutos que mediaban y resolvían las diferencias que podrían ocasionarse.

“Durante la alta edad media, destacan algunos tratados, siempre relacionados con leyes comerciales marítimas, como pueden ser las famosas ‘‘Leyes de Wisby’’⁷, asentadas sobre Escandinavia, o también la obra conocida como ‘‘Guidon de la mer’’ de origen y autor desconocido, que concretaba numerosas reglamentaciones en torno al comercio marino.

Posteriormente surgirían diferentes legislaciones repartidas por toda la geografía europea, destacando la de Burgos del año 1538, o las de Sevilla de 1554 o la de Bilbao en 1737, varios siglos después. Todas estas regulaciones trataban de mantener un orden

⁷ Prof. Antonio Brunetti, ‘‘Derecho Marítimo’’, Barcelona, 1950, España, p. 109.

sobre el comercio justo, pero no tenían valor vinculante ni eran perseguidos sus infractores por los gobiernos.

1.3. Evolución del Derecho Mercantil.

En la compleja organización de la sociedad surge un fenómeno que se le conoce con el nombre de trueque, que tal vez en sí mismo no puede ser calificado de mercantil, pero que tiene como consecuencia el comercio. De esta manera surge el comercio, el cambio por el cambio: y junto la figura de los distintos oficios entre ellos el de comerciante, el hombre que se dedica a interponerse en el cambio de satisfactores. En los sistemas jurídicos muy antiguos se encuentran preceptos que se refieren al comercio y que por lo tanto constituyen gérmenes del Derecho Mercantil.

Haciendo un recuento dentro de la historia del Derecho Mercantil mencionare las leyes rodias, que nacieron en la isla de Rodas, habitada por un pueblo heleno, donde la legislación con respecto al comercio marítimo fue excelente, a través de su incorporación en el derecho romano las leyes rodias han ejercido un influjo que perdura hasta nuestros días.

La caída del Imperio Romano de occidente vino a agravar las condiciones de inseguridad social creadas por las frecuentes incursiones de los bárbaros que la precedieron, inseguridad social que produjo la más completa decadencia de las actividades comerciales. El comercio resurgió a consecuencia de las cruzadas, que no solo se abrieron vías de comunicación con el Cercano Oriente, sino que provocaron un intercambio de los productos de los distintos países europeos. Este florecimiento del comercio ocurrió en condiciones políticas y jurídicas muy distintas a las que habían prevalecido en Roma.

Los gremios de comerciantes establecieron tribunales encargados de dirimir las controversias entre sus agremiados sin las formalidades del procedimiento, y sin explicar

las normas del Derecho Común, sino los usos y costumbres de los mercaderes; así fue creándose un Derecho de origen consuetudinario e inspirado en la satisfacción de las peculiares necesidades del comercio.

En el Derecho Mercantil medieval, se encuentra el origen de muchas instituciones comerciales contemporáneas el registro de comercio, las sociedades mercantiles, la letra de cambio, etc. La formación del Derecho Mercantil explica que fuera predominantemente un Derecho Subjetivo, cuya aplicación se limitaba a la clase de los comerciantes, pero desde un principio se introdujo un elemento objetivo que es la referencia al comercio, pues a la jurisdicción mercantil no se sometían sino los casos que tenían conexión con el comercio.

La creación de los grandes estados nacionales al comenzar la Edad Moderna va aparejada, como es obvio, a la decadencia de los gremios de mercaderes que habían llegado a asumir facultades propias del poder público. Un acontecimiento de gran importancia en la historia del Derecho Mercantil es la promulgación por Napoleón del Código del Comercio francés, que entro en vigor en el año de 1808. Con este código se vuelve predominante; su objetivo, es el de realizar actos de comercio, y no la cualidad de comerciante, lo que termina la competencia de los tribunales mercantiles y la aplicación del código, pero el elemento subjetivo no deja de influir en cuanto se presumen mercantiles los actos realizados por un comerciante.

En la Nueva España, se imitaron las instituciones jurídico-comerciales de la metrópoli, y hacia el año de 1581 los mercaderes de la ciudad de México construyeron su universidad que fue autorizada por real cédula de Felipe II. El consulado tenía funciones administrativas, para la protección y fomento del comercial, y en ejercicio de ellas llevo a término las empresas de utilidad social (canales, carreteras, edificios) y sostuvo un regimiento, la designación de cuyos jefes y oficiales eran atribución del propio Consulado. La facultad de legislar en materia de comercio se confirió al Congreso Federal a consecuencia de la reforma que se hizo, por ley del 14 de diciembre de 1883, a la fracción X del artículo 72 de la Constitución. En virtud de esta reforma se elaboró, con carácter

federal, un nuevo código de comercio que comenzó a regir el 20 de julio de 1884. El 22 de agosto de 1885, se promulgó un nuevo código, que habría de entrar en vigor en todos los territorios del Reino de España, el 1° de enero de 1886. En el año de 1889 se promulgo en la República Mexicana un nuevo Código de Comercio, y que entró en vigor el 1° de enero de 1890, que es el que actualmente nos rige.

El Código de 1889 aún no ha sido abrogado, aunque si se han derogado muchos preceptos por las siguientes leyes actualmente en vigor Ley de Títulos y operaciones de Crédito (26 de agosto de 1932); Ley de Sociedades Mercantiles (28 de julio de 1934); Ley sobre el Contrato de Seguro (26 de agosto de 1935), y Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos (31 de diciembre de 1942). La evolución histórica lleva a la conclusión de que atendiendo a la manera en que cada Derecho Positivo enfoca la regulación de las relaciones comerciales, pueden distinguirse dos tipos fundamentales de sistemas jurídicos, a saber: países de derecho privado unificado, y países de Derecho Privado diferenciado en Derecho Civil y Mercantil.

Dentro de los países cuyo Derecho Privado es único, cabe distinguir aquellos en los cuales, por tener en ellos preponderancia el Derecho Consuetudinario, la unidad proviene de la costumbre, que no ha separado lo comercial de lo civil, de aquellos otros en los cuales la ley es fuente única, en la creación del Derecho, por lo cual, la unidad es producto de un acto legislativo, y representa así más que falta de distinción, la fusión de dos ramas preexistentes. En el primer caso se encuentran los Estados Unidos e Inglaterra, por esta razón se le llama de tipo anglosajón a los sistemas jurídicos que ofrecen tales caracteres. Fue en Suiza donde se dictó primero un código de obligaciones aplicable tanto en la materia civil como en la mercantil.

Hasta ahora se han considerado tipos jurídicos históricamente realizados, pero cabe añadir una variante al tipo subjetivo, la que se basará no en la figura del comerciante, sino en la empresa. Dentro del tipo objetivo puede distinguirse el que se basa en el acto de comercio, que abarca los tres subtipos, y el que se fundará en la cosa mercantil.

1.3.1. Edad Moderna.

Al robustecer el poder real, principalmente por haberse unido las coronas de Castilla y de Aragón, las agrupaciones profesionales de comerciantes, llamadas Universidades de Mercaderes, hubieron de obtener la sanción regia para que sus ordenanzas conservaran el valor jurídico que hasta entonces habían tenido, y para que siguieran siendo válidas las decisiones de sus tribunales, que recibían el nombre de Consulados.

1.3.1.1. “Renacimiento: Es el periodo de la historia europea caracterizado por un renovado interés por el pasado grecorromano clásico y especialmente por su arte. El renacimiento comenzó en Italia en el siglo XIV y se difundió por el resto de Europa durante los siglos XV y XVI. En este periodo, la fragmentaria sociedad feudal de la edad media, caracterizada por una economía básicamente agrícola y una vida cultural e intelectual dominada por la Iglesia, se transformó en una sociedad dominada progresivamente por instituciones políticas centralizadas, con una economía urbana y mercantil, en la que se desarrolló el mecenazgo de la educación, de las artes y de la música.”⁸

1.3.2. Edad Contemporánea.

“Es el nombre con el que se designa el periodo histórico comprendido entre la Revolución francesa y la actualidad. Comprende un total de 226 años, entre 1789 y el presente. La humanidad experimentó una transición demográfica, concluida para las sociedades más avanzadas (el llamado primer mundo) y aún en curso para la mayor parte (los países subdesarrollados y los países recientemente industrializados),”⁹ que ha llevado

⁸ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

⁹ Adam Smith, Compendio de "La Riqueza de las Naciones", Condorcet, 2003, España, p.125.

su crecimiento más allá de los límites que le imponía históricamente la naturaleza, consiguiendo la generalización del consumo de todo tipo de productos, servicios y recursos naturales que han elevado para una gran parte de los seres humanos su nivel de vida de una forma antes insospechada, pero que han agudizado las desigualdades sociales y espaciales y dejan planteadas para el futuro próximo graves incertidumbres medio-ambientales.

En el siglo XX, este equilibrio inestable se fue descomponiendo, en ocasiones mediante violentos cataclismos (comenzando por los terribles años de la Primera Guerra Mundial, 1914-1918), y en otros planos mediante cambios paulatinos (por ejemplo, la promoción económica, social y política de la mujer).

Por una parte, en los países más desarrollados, el surgimiento de una poderosa clase media, en buena parte, gracias al desarrollo del estado del bienestar o estado social (se entienda este como concesión pactista al desafío de las expresiones más radicales del movimiento obrero, o como convicción propia del reformismo social) tendió a llenar el abismo predicho por Marx y que debería llevar al inevitable enfrentamiento entre la burguesía y el proletariado. Por la otra, el capitalismo fue duramente combatido, aunque con éxito bastante limitado, por sus enemigos de clase, enfrentados entre sí: el anarquismo y el marxismo (dividido a su vez entre el comunismo y la social democracia). En el campo de la ciencia económica, los presupuestos del liberalismo clásico fueron superados (neoclásica, keynesianismo incentivos al consumo e inversiones públicas para frente a la incapacidad del mercado libre para responder a la crisis de 1929 o teoría de juegos estrategias de cooperación frente al individualismo de la mano invisible). La democracia liberal fue sometida durante el período de entre guerras al doble desafío de los totalitarismos estalinista y fascista (sobre todo por el expansionismo de la Alemania nazi, que llevó a la Segunda Guerra Mundial).

Los impactos de las globalizaciones son distintos según los campos en los que han incidido y cambiado también según los países afectados. Así por ejemplo, la globalización de los mercados financieros se ha dejado sentir menos en África que en Europa o en

América del Norte, por la sencilla razón de que las posibilidades de inversión especulativa que tiene todo ese continente son considerablemente menores que la que tienen los demás.

Aunque podría pensarse que en el mundo del Derecho la globalización se ha limitado a modificar las prácticas de los sectores del ordenamiento jurídico vinculados con el comercio exterior, lo cierto es que ha venido a cambiar a casi todos los ámbitos. Hoy en día ya se está construyendo (con todas las dificultades inherentes) un proceso de globalización del Derecho Penal. En Europa existe ya un “Derecho Monetario Común” y es probable que en los años siguientes se vaya consolidando un constitucionalismo supranacional.

1.3.2.1. Evolución Industrial y sus efectos en el Derecho Mercantil.

“Con la llegada de la revolución industrial el comercio sufrió una nueva transformación. Como la primera Revolución Industrial se produjo en Europa, ésta se convirtió en el centro de una red comercial global durante todo el siglo XIX.”¹⁰

Las economías europeas dependían de los mercados extranjeros para conseguir las materias primas que necesitaban, y vender en ellos los bienes manufacturados que producían. Por lo tanto, el crecimiento de la producción industrial fue seguido de una rápida expansión del comercio. Entre 1750 y 1914, el comercio mundial se multiplicó por cinco.

1.3.2.2. Siglo XX.

“Tanto el comercio nacional, como el exterior sufrieron importantes recortes durante la I y II Guerra Mundial. Se generalizó la imposición de aranceles a productos de importación. Con la Gran Depresión de 1929, el comercio volvió a perder relevancia. Las políticas comerciales nacionales no variaron durante 1929, pero en 1930 y los años siguientes se impusieron numerosos controles a las importaciones. A partir de entonces aparecieron zonas de influencia comercial: el área de la libra esterlina, que comerciaba

¹⁰ Felipe de Jesús Tena, “Derecho Mercantil Mexicano”, Porrúa, 1999, México.

fundamentalmente con el Reino Unido, el bloque del oro, cuyo centro era Francia, y las zonas bajo influencia alemana y estadounidense.”¹¹

La reducción de las barreras comerciales y la continuada expansión del comercio internacional son dos logros importantes del periodo posterior a la II Guerra Mundial. Las reducciones de los aranceles comerciales se han logrado gracias al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y a su sucesora, la ‘‘Organización Mundial del Comercio (OMC) ‘‘¹², operativa desde el 1 de enero de 1995, así como mediante la creación de uniones aduaneras. Pese a esto periódicamente se producen desafíos nacionales o regionales al libre comercio planetario que ponen en tela de juicio la validez de los acuerdos internacionales.

1.3.2.3. Globalización.

La globalización, desde el punto de vista económico, es una tendencia derivada del neocolonialismo que trata de hacer una zona de libre comercio a nivel internacional. La globalización nace como consecuencia de la necesidad de rebajar costos de producción con el fin de dar la habilidad al productor de ser competitivo en un entorno global.

Numerosos grupos pacifistas y ecologistas protestan en contra de esta tendencia, a favor de otras políticas más proteccionistas. Otros grupos sindicalistas también se muestran fuertemente opuestos a la globalización, pues las multinacionales trasladan puestos de trabajo desde los países desarrollados hasta países del Tercer Mundo, con sueldos mucho más bajos.

1.3.2.4 Situación Actual.

Toda una serie de factores relacionados con el entorno económico, empresarial, los consumidores y las actuaciones de los gobiernos están impulsando este desarrollo.

¹¹ Adam Smith, Compendio de "La Riqueza de las Naciones", Condorcet, 2003, España.

¹² Acuerdo que establece la Organización Mundial del Comercio (OMC) (15 de abril de 1994) <http://www.wipo.int/wipolex/es/profile.jsp?code=WTO>.

Un primer grupo de factores especialmente relevantes se fundamentan en las condiciones generales del entorno económico y competitivo. Una de las variables con más repercusión es el crecimiento económico. El comercio también se ve favorecido por la disminución de los costes de transporte, telecomunicaciones y el desarrollo de las finanzas internacionales.

La evolución del entorno empresarial y la internacionalización de la empresa contribuyen a la expansión de los intercambios. De especial significación para el desarrollo del comercio internacional es el cambio en la cultura empresarial y la mejora en la formación y los conocimientos de los ejecutivos. Numerosas empresas han pasado de enfocarse en su mercado a considerar el mundo su mercado.

Otras causas relevantes proceden de los cambios en los consumidores, especialmente la homogeneización de los gustos y comportamientos de los consumidores y la difusión de los patrones de consumo. La creciente globalización de la cultura y de los gustos de los consumidores favorecen la expansión internacional de las empresas y sus productos.

Un último grupo de factores que favorecen el comercio se encuentran relacionados con las actuaciones de los gobiernos, tales como las mejoras en la protección de los derechos de propiedad intelectual y la disminución de las barreras aduaneras. Una mejor protección legal de los productos e inversiones favorece los intercambios.

La mayoría de estos factores no se verán afectados de modo significativo y duradero por la situación internacional surgida tras los atentados del 11 de septiembre de 2001. Por lo tanto, las tendencias a largo plazo que han favorecido el crecimiento de los intercambios internacionales se mantienen. La disminución de las barreras aduaneras realza la importancia del crecimiento económico como factor determinante del crecimiento del comercio.

Aun cuando la tendencia fundamental de crecimiento a largo plazo se mantiene, es posible detectar ciertos efectos perjudiciales para la economía en general y para los intercambios internacionales en particular. El incremento de los controles en las aduanas y

especialmente en almacenes, centros comerciales y transportes incrementa los costes y disminuye la productividad.

Estos aumentos de costos se ponen especialmente de manifiesto en el sector del transporte y especialmente en el transporte aéreo. Mayores costos en seguridad y restricciones en los movimientos de mercancías y personas suponen una carga adicional para las empresas. Dentro de este contexto, los Estados Unidos están revisando su política de inmigración.

Mientras que algunos sectores se ven claramente perjudicados por el cambio del entorno, otros se ven favorecidos por las nuevas circunstancias. Algunas empresas de seguridad, de comunicaciones y de video conferencias han visto incrementar sus pedidos. De igual modo, ciertas tendencias pueden acelerarse como el teletrabajo.

Para analizar las repercusiones empresariales es preciso estudiar cada sector y cada empresa en concreto. Al cambiar las variables del entorno se generan nuevas amenazas y oportunidades para las organizaciones. Desde el punto de vista del ejecutivo empresarial se trata de afrontar o disminuir las amenazas y aprovechar las oportunidades.

Algunos sectores y empresas se verán favorecidas si saben aprovechar las oportunidades generadas por el cambio del entorno. Para el sector turístico del sur de Europa, los principales competidores son los países del Sur y Este del Mediterráneo. Varias empresas hoteleras con importantes planes de desarrollo en el Norte de África han cancelado sus planes para concentrarse en Europa y algunos destinos alternativos.

La situación de la economía mundial se encontraba en un periodo de desaceleración antes del 11 de septiembre. Después de esta fecha se ha producido un incremento de la incertidumbre que está paralizando parte de las inversiones previstas y perjudicando la confianza de los consumidores.

Estados Unidos que ha sido durante años la gran locomotora del Comercio Internacional ha entrado en una recesión. La disminución de las inversiones está produciendo una disminución de la actividad económica general y un rápido ajuste. La

tasa de paro en los Estados Unidos ha crecido rápidamente de menos del cuatro a más del cinco por ciento.

La reserva Federal Americana está actuando muy decididamente reduciendo los tipos de interés. Algunos economistas han señalado como históricamente las bajadas de tipos de interés como la acometida en los últimos meses por la Reserva Federal se traduce en una reactivación económica a corto plazo. Los tipos han pasado del 6.5 al 2.5 en muy pocos meses. Con un tipo de interés al 2.5 por ciento el interés real es cero o ligeramente negativo teniendo en cuenta las tasas de inflación de los Estados Unidos. Mientras, el Banco Central Europeo mantiene su obsesión con la inflación. El gobernador del Bundesbank calificó de simple la decisión de la Reserva Federal en una entrevista concedida a la televisión alemana NTV.

Japón, que tiene una participación significativa en los intercambios internacionales, se encuentra sumido en una profunda crisis por la disminución de la confianza de los consumidores y la disminución del consumo privado. Ha entrado en una espiral deflacionista de la que el tipo de interés del Banco Central japonés del 0.1 por ciento no logra sacar. Japón debería inundar su mercado de billetes nuevos, pero parece que más que la posible trampa de liquidez, sean las restricciones mentales que quedan como consecuencia de la historia las que impiden experimentar con esta solución.

La mayor parte de los países desarrollados son conscientes de la importancia de fomentar el libre comercio para favorecer el crecimiento económico. Si no se produce un gran cambio de tendencia, que no es previsible, en la apertura del comercio, se volverán a las altas cifras de crecimiento por encima del crecimiento de la producción mundial lo que significa un mayor porcentaje de productos y servicios que se internacionalizan.

1.4. Historia del Derecho Mercantil en México.

“La completa transformación política y económica a que fue sometido el territorio ocupado por el antiguo imperio azteca a consecuencia de la conquista de los españoles, así como los posteriores cambios sociales y económicos que bajo el gobierno nacional e independiente de México han tenido lugar, han borrado completamente las huellas de

aquella antigua civilización indígena, cuyo estudio, bajo el aspecto económico y mercantil, no puede tener más aliciente que el de una simple curiosidad histórica y no el de un punto de partida necesario para explicar el estado económico actual de nuestra patria.”¹³

Los historiadores de aquellos remotos tiempos nos dicen, que a pesar de que la propiedad territorial estaba casi toda ella vinculada en manos del soberano autócrata, de la nobleza guerrera y de la nobleza sacerdotal, de manera que el común del pueblo apenas poseía a manera de enfiteusis (Cesión perpetua o por largo tiempo del dominio útil de un inmueble, mediante el pago anual de canon) y recargada de tributos las tierras no monopolizadas por los grandes señores; a pesar de todo esto, la agricultura, la industria manual y la industria minera alimentaban centros de tráfico al grado que los mercaderes del imperio de Moctezuma formaban un gremio o clase llamado pochtecatl, perfectamente organizado con sus ordenanzas propias y gozando de muchas franquicias e inmunidades. Los pochtecas cumpliendo su intento principal de comerciantes llevaban lienzos, joyas, los productos de la industria azteca y esclavos, para traer de retorno los artefactos de las otras naciones, las producciones raras y curiosas buscadas en el Imperio azteca para la comodidad o la moda de los ricos y de los nobles.

La residencia del tribunal de los mercaderes estaba en Tlatelolco. El pochteca, ambulante que recorría los “tianquiztli”¹⁴ o mercados, obraba por su propia cuenta, aunque sujeto a las ordenanzas del ramo. El tianquiztli más grande, el de más admirable capacidad fue el de Tlatelolco en el cual ciertos días del año concurrían los mercaderes y comerciantes del reino con sus mercancías más selectas llenando la plaza con las "tiendas" puestas en hileras, estas tiendas eran armadas con bastidores portátiles cubiertos de algodón para resistir al agua y al sol. Se hacían las compras y las ventas por vía de permutación, con que daba cada uno lo que le sobraba por lo que había menester, y el maíz o el cacao servía de moneda para las cosas menores.

¹³ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

¹⁴ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

No se gobernaban por el peso ni le conocieron; pero tenían diferentes medidas con que distinguir las cantidades, y sus números, y caracteres con que ajustar los precios, según sus transacciones. Había una casa dispuesta para los jueces del comercio, en cuyo tribunal se resolvían las diferencias de los comerciantes, además había otros ministros inferiores que andaban entre la gente cuidando de la igualdad de contratos, y llevaban al tribunal las causas de fraude o exceso que necesitaban castigo. Hacían el comercio por medio del trueque de los objetos, confrontados según su valor; carecían en lo absoluto de la moneda acuñada, mas empleaban para suplirla ciertos productos que servían como pecunia en las transacciones mercantiles. El cacao de mejor clase, cuyos granos escogidos se contaban por bolsas de 8,000 almendras (‘‘xiquipilli’’¹⁵), si la mercancía era de gran valor se computaba por tres sacos de xiquipilli. Esta moneda, aunque muy incómoda, es la de uso más común. Para el mismo empleo usaban cañutos transparentes de pluma que encerraban polvo de oro los cuales servían en las contrataciones para pagar las cosas de mucha estima.

1.4.1. Época Prehispánica.

‘‘El mercado fue el centro de la vida social y económica en el México antiguo. Era en los centros urbanos donde gran número de personas se congregaba para comprar y vender las mercancías que necesitaba en su vida diaria. En las zonas rurales era en el mercado donde las familias podían vender algunos de los alimentos que producían y comprar los bienes artesanales que necesitaban. Su moneda era el cacao.’’¹⁶

1.4.2. Época Colonial.

‘‘El comercio colonial se caracterizó por el monopolio estatal. Las colonias debían comerciar directamente con la metrópoli; les estaba prohibido hacerla entre sí o con potencias extranjeras. Para lograr un efectivo control, la corona creó en 1503 la Casa de Contratación de Sevilla, organismo que vigilaba los metales y demás productos

¹⁵ César Macazaga y Ordoño, ‘‘Vocabulario Esencial mexicano’’, Porrúa, 2003, México, p.122.

¹⁶ Felipe de Jesús Tena, ‘‘Derecho Mercantil Mexicano’’, Porrúa, 1999, México.

procedentes de las Indias, y de los que se enviaban hacia ellas.”¹⁷ El monopolio comercial ejercido por España Incentivó el monopolio de los comerciantes en cada una de las colonias, lo que les permitía regular los precios y manejar al escasez de artículos importados. De igual manera el Monopolio propició un intenso contrabando que buscaba dar al traste con las excesivas medidas de control. Existieron dos tipos de comerciantes:

a) Comerciantes de carrera o comerciantes al por mayor: Eran en su mayoría españoles, algunos de los cuales eran vecinos de ciudades como Cartagena, Mompóx, Santa Fe, Tunja, Honda, Popayán y Quito. Manejaban cuantiosas fortunas, al igual que la mayor parte del sistema crediticio, en donde obtenían pingües ganancias debido a los altos intereses. Un gran número de encomenderos y funcionarios dedicados al comercio lo hacía por interpuesta persona, con el objeto de evitar inhabilitarse para el ejercicio de cargos importantes.

b) Los tratantes o comerciantes locales al por menor: Eran aquellos que, compraban sus mercancías a los comerciantes al por mayor, de los cuales recibían adelantos que quedaban consignados en memorias o en vales.

A diferencia de lo anterior, actualmente los objetivos o finalidades del comercio son:

a) Satisfacer las necesidades del consumidor.

b) Relacionar dos sectores fundamentales dentro de la actividad económica, los sectores de producción y consumo que son de vital importancia para el desarrollo de las actividades socio económico de un país. El sector de la producción es aquel que relaciona un bien transformando la materia prima en un producto final para su consumo. El sector del consumo está formado por el núcleo familiar que adquiere el producto final para satisfacer sus necesidades.

c) Alcanzar utilidades económicas para el comerciante.

¹⁷ Felipe de Jesús Tena, “Derecho Mercantil Mexicano”, Porrúa, 1999, México.

1.4.3. México Independiente.

“Una vez que se consumó la independencia, las ordenanzas de Bilbao continuaron aplicándose, ya que eran tomadas en consideración como la única legislación en materia comercial en la República Mexicana.”¹⁸ Sus principales reformas fueron introducidas por las leyes del 16 de Octubre de 1824, el 7 de mayo de 1832, 15 de noviembre de 1841 y 27 de abril de 1842, en 1843 y el 31 de mayo de 1853 respectivamente, (cabe mencionar que en 1829 España publica su Código Español, lo cual en México despierta una inquietud de mejorar nuestra legislación por medio de la aceptación de la cámara de senadores de insertar ciertos preceptos del Código Español adecuados claro a nuestra forma de gobierno, la cual fue propuesta el 28 de abril de 1834, misma que fue desechada, haciendo que solo quedara en un simple proyecto); las principales fueron las siguientes:

1. Dejan de existir los consulados y en cambio se establece que todas aquellas controversias que se puedan suscitar en torno a la materia mercantil deberán ser conocidas por los jueces comunes, los cuales se tendrían que apoyar del conocimiento de dos comerciantes, para que estos dieran su opinión sobre la controversia basándose en su experiencia, estos dos comerciantes serían nombrados por los litigantes, cada uno de estos pondrían una terna de dos comerciantes cada uno y de los cuales serían elegidos los dos a criterio del juez.
2. Se dicta una Ley sobre Derecho de Propiedad de los Inventores o Perfeccionadores de algún ramo de la industria, lo cual los favorecería otorgándoles beneficios propios, como el poder vender los derechos o defenderse en caso de que trataran de poder desacreditarlos y obtener un lucro que no les correspondía a terceros.
3. Se restablecen los consulados, más sin embargo vale aclarar que se les denominara de manera distinta, en esta etapa se les llama “Tribunales

¹⁸ Raúl Cervantes Ahumada. ‘‘Derecho Mercantil’’, Porrúa, 2000, México.

Mercantiles”, estos tribunales estaban integrados por un presidente y dos comerciantes o sabedores del comercio, esta figura se parece en gran parte a como estaban integrados los antiguos consulados, que si recordamos se integraban por un prior y dos cónsules, legos todos, y asistidos siempre por una persona letrada para consultarla en todo tipos de negocios en los que requirieran su ayuda.

4. Se dicta un Reglamento de Corredores.
5. Se aumentó en número de una o dos salas del Tribunal Mercantil de la Ciudad de México.
6. Se promulga un decreto en el que se establece que todo comerciante debiera de llevar registros de sus operaciones financieras en lo que se denominarían los libros del comerciante, así como también el balance que habrían de formular.
7. Se da a conocer la Ley sobre bancarrotas, la cual provenía de una propuesta en 1843 en donde se recomendaba que dicha Ley regulara de manera completa y sistemática la materia respectiva y que existía una disposición en donde se tenía que cumplir con una Real Cédula, que daba intervención en los concursos al fiscales.

1.4.4. El Porfiriato.

“El periodo de 1876 a 1911 está marcado dentro de la historia de nuestro país como porfiriato, y se refiere al gobierno de Porfirio Díaz, quien ocupó la presidencia del país durante el lapso antes mencionado, con la excepción de 1880 a 1884, donde el presidente de la patria fue Manuel González. Pero a partir de 1884, y hasta el quinto mes de 1911, la gran figura política nacional fue la del general Porfirio Díaz.”¹⁹ Esta etapa del país coincide

¹⁹ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

con un momento particular del desarrollo capitalista que ha sido llamado imperialismo. Este periodo, en un ámbito internacional, tuvo como principal característica un nuevo tipo de colonialismo, en el cual los grandes países capitalistas de Europa y Estados Unidos ya no se preocuparon por controlar de una manera directa el resto del mundo, sino mediante la apropiación de los recursos naturales y su mano de obra, por ejemplo la tierra, los minerales, los metales preciosos y la fuerza de trabajo entre otras cosas más.

El control que ejercieron estos países se hizo realidad a través de la inversión de capitales en los países en vías de desarrollo o recién liberados de estructuras de dominio colonial, lo que trajo consigo importantes cambios, como el surgimiento de la clase obrera en países industrializados aceleraron la producción y exportación de alimentos y materias primas en los países que no eran partícipes de este desarrollo. Así los países implementaron medidas económicas favorables al capital extranjero, lo que finalmente los convirtió en países mono exportadores de café, carne, azúcar, trigo, algodón y estaño entre otros.

En América latina este periodo tuvo como principal característica, que sus élites políticas adoptaron, de manera entusiasta, las políticas de liberalismo y cambio de apertura de mercados promovidos por los países metropolitanos. La producción de materias primas para la exportación atrajo la inversión extranjera a la región. Los países de Latinoamérica, México entre ellos, cubrieron las nuevas demandas que tenían los dueños del capital, quienes se sirvieron de los estados nacionales para invadir la agricultura y apoderarse de los principales recursos naturales. Para extraer las materias y facilitar la introducción de los equipos y mercancías, el capital financiero estimuló la construcción de puertos y ferrocarriles y, para que funcionara todo esto, de servicios públicos.

1.4.5. Siglo XX en México.

“La legislación en materia mercantil que reguló la vida económica de nuestro país durante el siglo XX, y que rige aún en los albores de este nuevo siglo, data del siglo XIX; el presidente de México, Gral., Porfirio Díaz fue quien promulgó en 1889 el Código de Comercio, uno de los más completos y avanzados de la época, sin duda, pero que sobre todo a partir de la segunda mitad de la década de los 80’s, dejó de responder a nuevas realidades que la apertura económica comenzó a generar.”²⁰

También es necesario hacer notar, que la sociedad mexicana ha experimentado una mayor conciencia en el ejercicio de sus derecho; esto es importante, ya que si bien el Código de Comercio ha experimentado algunas modificaciones a lo largo de estos años de su vigencia, las mismas no han sido trascendentales en realidad: se segregó lo relativo a los títulos y operaciones de crédito, a la constitución de sociedades mercantiles, y a la quiebra de los comerciantes, sin introducirse alguna modificación de fondo en cuanto a la regulación del comercio.

Lo anterior hasta cierto punto es comprensible, a la luz del modelo económico de protección a la industria domestica nacional y de todo lo con ella relacionada: negocios, comercialización, producción, consumo, etc.

Sin embargo, el ejercicio del derecho por quienes ejercen el comercio, en la forma y términos en que nuestra legislación lo establecía en la década de los 90’s particularmente en lo que se refiere a la quiebra, que preveía medidas de protección al comerciante que se declaraba en ella, tales como la suspensión de pagos y de las acciones ejecutivas que se estuvieran ejercitando por sus acreedores, no se habían modificado, fundamentalmente por considerarse que remotamente pudiera llegar a presentarse la quiebra generalizada de las empresas o de alguna rama de la industria o del comercio, dado el modelo económico

²⁰ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

prevaleciente en la época en que fuera promulgada la Ley de Quiebra y Suspensión de Pagos.

Lo anterior, provocó entre los capitales extranjeros que buscaban establecerse en nuestro país, fundamentalmente la banca, la sensación de incertidumbre jurídica en la recuperación de sus créditos, por lo que no les resultaba atractivo permanecer en el mismo, por lo que en el año de 1999, se presentó ante el Congreso de la Unión una iniciativa de Ley en la que se proponía la derogación de la Ley de Quiebra y Suspensión de pagos y la promulgación de la Ley de Concursos Mercantiles.

1.4.6 Situación Actual en México.

La economía actual de nuestro país está basada en el mercado libre orientado a las exportaciones.

México es el segundo país latinoamericano con una Ley Federal de Protección al Consumidor (después de Venezuela) y el primero en crear una Procuraduría. La experiencia mexicana es importante, al ser el segundo país con una ley de este tipo, especialmente para los países que empiezan a trabajar en la protección de los derechos de los consumidores.

“El 5 de febrero de 1976, la Ley Federal de Protección al Consumidor enriqueció los derechos sociales del pueblo mexicano, ya que por primera vez estableció derechos para la población consumidora y creó un organismo especializado en la procuración de justicia en la esfera del consumo.”²¹ Nacieron así el Instituto Nacional del Consumidor (INCO), dedicado a la educación en temas consumo, y la Procuraduría Federal del Consumidor, ésta última como organismo descentralizado de servicio social, personalidad jurídica y

²¹Fernando García Sais, “Derecho de los Consumidores a la Información. Una Aproximación a la Publicidad Engañosa en México”, Porrúa, Instituto Tecnológico Autónomo de México, 2007, México, p.138.

patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los intereses consumidor. La institución contaba, en 1982, con 32 oficinas en las principales ciudades del país. Para eliminar omisiones e imprecisiones, la Ley ha sido objeto de diversas reformas:

- A partir del 7 de enero de 1982, el artículo 29 bis permite a Procuraduría Federal del Consumidor regular los sistemas de comercialización utilizados en el mercado nacional.
- Desde el 7 de febrero de 1985, la Ley regula la competencia, naturaleza jurídica y atribuciones de Procuraduría Federal del Consumidor incluye nuevas definiciones, denominaciones e información de bienes y servicios, facultades de la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y se refiere a la información comercial que ostentan productos o etiquetas, ventas al consumidor, promociones y ofertas, atribuciones del Procurador Federal del Consumidor.
- El 4 de enero de 1989, algunos artículos de la Ley confieren a la Procuraduría Federal del Consumidor la atribución y facultad de sancionar, y de recibir denuncias por violación de precios.
- El 6 de febrero de 1991, el Reglamento de la propia Ley establece las bases de organización y funcionamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor; en consecuencia, fortalece los mecanismos de defensa de los derechos e intereses de la población consumidora.
- Con la alineación y adscripción orgánica de las unidades administrativas de la Procuraduría Federal del Consumidor, desde el 7 de febrero de 1991 el acceso a los servicios es más fácil para la población y existe una mejor organización y distribución del trabajo.
- El 24 de diciembre de 1992, un cambio sustancial en materia de protección a los consumidores fusiona el INCO y la Procuraduría Federal del Consumidor para integrar funciones como el trámite y conciliación de quejas y denuncias, la emisión de resoluciones administrativas, el registro de contratos de adhesión, la protección técnico-jurídica a los consumidores, la verificación y vigilancia de Normas Oficiales Mexicanas, pesas y medidas, instructivos y garantías; la supervisión de precios oficialmente autorizados,

establecidos o concertados, las acciones de grupo, la disposición de publicidad correctiva; la organización y capacitación de los consumidores y la educación para el consumo.

- En 1994, la Ley Federal de Protección al Consumidor vuelve a ser objeto de ajuste al adicionársele diversas disposiciones. Se reforma la Procuraduría y se dispone que las delegaciones cuenten con facultades amplias y suficientes para hacer expeditos los programas de trabajo desconcentrados.
- El 4 de febrero de 2004 la Ley Federal de Protección al Consumidor se reformó una vez más, en este caso se trató de una de las reformas más importantes y amplias en la materia ya que con ella se fortaleció a la Procuraduría Federal del Consumidor en su labor de educación y divulgación.

Se inicia la regulación de igual manera de los Contratos de Adhesión que en términos generales regulados en la Ley Federal de Protección al Consumidor, capítulo X es 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, posterior a esto dicha regulación incluye la facultad de la Secretaría de Economía, en relación a la creación y expedición de Normas Oficiales Mexicanas (NOM's), sujeta los contratos de adhesión a registro previo ante Procuraduría Federal de Protección al Consumidor. En este contexto, el jurista Manuel De La Puente refiere que, los "contratos de adhesión, son los documentos jurídicos en los cuales se da un predominio exclusivo de la voluntad de una de las partes contratantes actuando como voluntad unilateral, la cual dicta su ley no ya solo a un individuo sino a una colectividad indeterminada, y que se vincula por anticipado, unilateralmente, salvo la adhesión de quienes deseen aceptar su *lex contractus* y entrar a formar parte de este acuerdo ya creado por sí mismo"²².

Además, se ampliaron sus facultades de verificación y vigilancia, el procedimiento conciliatorio, el arbitraje y las sanciones administrativas y se introdujeron en forma expresa principios básicos en las relaciones de consumo que deben ser respetados por los proveedores, y se especificaron los derechos de los consumidores a la privacidad, a la

²² Manuel de la Puente, "Estudio sobre el Contrato Privado", Labrusa, 1983, México, p. 286.

bonificación o compensación, a la no discriminación, entre otros. También se fortaleció la regulación respecto a las operaciones realizadas con bienes inmuebles, el servicio de tiempo compartido, contratos de adhesión, publicidad, ofertas y promociones.

CAPÍTULO 2

CONCEPTOS GENERALES

2.1. Dependencias.

2.1.1. Secretaría de Economía.

“La Secretaría de Economía de México, es la Secretaría de Estado encargada de administrar los impuestos locales y de exportación de los productos, así como de los precios de los mismos; incluyendo la defensa del consumidor ante el comercio. Tiene en su control las bases de datos de la propiedad industrial y mercantil; también administra el buen uso de la Mexicana así como la del Sistema Internacional de Unidades; del cual éste último está registrado en el primero.”²³

2.1.2. Procuraduría Federal del Consumidor.

“La Procuraduría Federal del Consumidor, es un organismo público descentralizado e independiente de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal Mexicano.”²⁴ Se encarga de promover y proteger los derechos del consumidor, fomentar el consumo inteligente y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

2.1.3. Contencioso Administrativo.

“Organismo jurisdiccional que se encarga de controlar la correcta actuación de la Administración,”²⁵ con pleno sometimiento a la ley y al derecho; así como de la resolución de los posibles conflictos entre la Administración y los ciudadanos

²³ Diccionario de la Real Lengua Española, Madrileña, 1988, Madrid, p. 25.

²⁴ www.wikipedia.com.mx

²⁵ Luis Delgadillo Gutiérrez, ‘‘Compendio de Derecho Administrativo’’, Porrúa, 2005, México, p.262.

2.1.4. Concepto de Tribunal.

“Es un órgano público; cuya finalidad principal es ejercer la jurisdicción, es decir, resolver litigios con eficacia de cosa juzgada.”²⁶ Sin perjuicio de cumplir actos de otra índole que las leyes que los organizan les puedan atribuir; estos asuntos son denominados no contenciosos.

2.1.5. Derecho Mercantil.

Es aquella rama del Derecho Privado que regula el conjunto de normas relativas a los comerciantes en el ejercicio de su profesión, a los actos de comercio legalmente calificados como tales y a las relaciones jurídicas derivadas de la realización de estos. Esto es, en términos amplios, la rama del Derecho que regula el ejercicio del comercio por los distintos operadores económicos en el mercado.

2.1.6. Comerciante.

“Son comerciantes las personas que, de manera habitual, se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles actos de comercio.”²⁷

2.1.7. Contrato de manera “general”.

“Es un acuerdo de voluntades, verbal o escrito, manifestado en común entre dos o más personas con capacidad (partes del contrato),”²⁸ que se obligan en virtud del mismo,

²⁶ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 2014, España, p.235.

²⁷ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 2014, España, p.3522.

²⁸ Francesco Messineo, “Doctrina General del Contrato”, Jurídicas Europa- América, 1972, México, p.125.

regulando sus relaciones relativas a una determinada finalidad o cosa, y a cuyo cumplimiento pueden compelerse de manera recíproca, si el contrato es bilateral, o compelerse una parte a la otra, si el contrato es unilateral. Es el contrato, en suma, un acuerdo de voluntades que genera derechos y obligaciones relativos, es decir, sólo para las partes contratantes.

2.1.8. Contrato Civil.

“Es la obligación que recae sobre una persona de cumplir su obligación (responsabilidad contractual)”²⁹ o de reparar el daño que ha causado a otro (responsabilidad extracontractual), sea en naturaleza o bien por un equivalente monetario, habitualmente mediante el pago de una indemnización de perjuicios.

2.1.9. Contrato Mercantil.

“Es un negocio jurídico bilateral que tiene naturaleza jurídico-mercantil. En general, versa sobre actos de comercio, definidos según la legislación aplicable.”³⁰

2.1.10. Contrato de Adhesión.

“Es aquel contrato que se redacta unilateralmente y el interesado simplemente se adhiere o no al mismo, aceptando los derechos y obligaciones derivadas del contrato en su integridad.”³¹

²⁹ Hector Lafaille, "Tratado de Derecho Civil, Contratos ", Ediar, 1949, México, p. 182.

³⁰ Víctor Castrillón Luna, “Contratos Mercantiles”, Porrúa, 2014, México, p.638.

³¹ Enrique Guadarrama López, “Contratos de Adhesión y Cláusulas Abusivas. Ámbitos de Consumo Comercial y Financiero”, Porrúa, 2014, México, p.370.

2.2. Conceptos derivados del Contrato de Adhesión.

2.2.1. Actuaciones Electrónicas.

“Son las notificaciones, prevenciones, dictámenes, prórroga, aprobaciones, negativas, requerimientos, solicitudes de documentos y las resoluciones administrativas que emita por medios electrónicos la Procuraduría Federal del Consumidor.”³²

2.2.2. Afirmativa Ficta.

“Transcurrido el plazo de emitir resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro.”³³

2.2.3. Archivo Electrónico.

“La información contenida en texto o imagen, generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología.”³⁴

2.2.4. Aviso de Adopción.

“El aviso que presenta el proveedor ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ya sea por escrito o por vía electrónica, para adoptar un contrato tipo conforme al modelo publicado por ésta.”³⁵

³² Víctor Castrillón Luna, “Contratos Mercantiles”, Porrúa, 2014, México, p.638.

³³ Rafael de Pina Vara, ‘‘Derecho Mercantil Mexicano’’, Porrúa, 1958, México.

³⁴ CÓDIGO DE COMERCIO.

³⁵ CÓDIGO DE COMERCIO.

2.2.5. Clave de Usuario.

“El conjunto único de caracteres alfanuméricos determinado por un proveedor, como medio de identificación de la persona facultada en los trámites promovidos ante el Registro de Contratos de Adhesión en Línea, y que permite asignarle los privilegios de consulta del trámite respectivo.”³⁶

2.2.6. Consumidor.

“Es la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes y servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.”³⁷

2.2.7. Contraseña.

“El conjunto único de caracteres alfanuméricos, definido de manera confidencial por un proveedor ante el Registro de Contratos de Adhesión en Línea, y que permite validar la identificación de la persona a la que se asignó una clave de usuario.”³⁸

2.2.8. Contrato de Adhesión.

“Es el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, o Entidad Comercial para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables en la

³⁶ CÓDIGO DE COMERCIO.

³⁷ Instituto de Investigaciones Jurídicas, “Diccionario Jurídico Mexicano”, Porrúa, 1994, México, p. 1744.

³⁸ CÓDIGO DE COMERCIO.

adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato.”³⁹

2.2.9. Contrato Tipo.

“Es el modelo de contrato que ha sido publicado por la Procuraduría Federal del Consumidor en el Diario Oficial de la Federación; o que ha sido elaborado por la Procuraduría Federal del Consumidor y que a propuesta suya o a petición del proveedor puede ser adoptado por éste; o que ha sido elaborado por una cámara de una rama comercial o industrial y propuesto para su adopción a sus agremiados y/u otros participantes de la industria. El cual cumple con las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros (LTOSF), las disposiciones de la LTOSF, así como con las Normas Oficiales Mexicanas (NOM’s) y demás ordenamientos aplicables.”⁴⁰

2.2.10. Contrato No Tipo.

“Es el contrato de adhesión que presenta y elabora unilateralmente el proveedor/comerciante, y en su caso al no cumplir con la legislación aplicable se emite un Dictamen.”⁴¹

2.2.11. Cronología del Trámite.

“El medio electrónico a través del cual se ponen a disposición de los interesados las notificaciones, citatorios, emplazamientos, requerimientos, solicitudes de informes o documentos y resoluciones administrativas definitivas que emita la Procuraduría Federal del Consumidor, para efectos del Registro Público de Contratos de Adhesión.”⁴²

³⁹ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

⁴⁰ César Macazaga y Ordoño, “Vocabulario Esencial mexicano”, Porrúa, 2003, México, p.122.

⁴¹ César Macazaga y Ordoño, “Vocabulario Esencial mexicano”, Porrúa, 2003, México, p.122.

⁴² Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

2.2.12. Centro Integral de Servicios (CIS).

“Es el Centro Integral de Servicios, cuya ubicación puede consultarse en el portal de Internet de la Procuraduría Federal del Consumidor: www.profeco.gob.mx.”⁴³

2.2.13. Día Inhábil.

“Los señalados mediante acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación, y que para efectos de considerarlos así, emita la Procuraduría Federal del Consumidor.”⁴⁴

2.2.14. Dictamen (para contratos de adhesión).

“Es el documento que emite la Procuraduría Federal del Consumidor, con el fin de informarle y requerirle al proveedor que, como resultado del análisis de su contrato de adhesión, éste no cumple con los requisitos establecidos en los ordenamientos aplicables.”⁴⁵

2.2.15. Dirección de Correo Electrónico.

“La dirección utilizada en un sistema de comunicaciones a través de redes informáticas, y que es señalado por los proveedores para su uso ante el Registro Público de Contratos de Adhesión.”⁴⁶

2.2.16. Firma Electrónica.

“El medio de identificación electrónica, que consiste en el conjunto de datos electrónicos que asociados con un documento son utilizados para reconocer a su autor, y

⁴³ Jorge Barrera Graf, “Instituciones de Derecho Mercantil”, Porrúa, 1991, México.

⁴⁴ Roberto Mantilla Molina, “Derecho Mercantil”, Porrúa, 1996, México.

⁴⁵ Manuel de la Puente, “Estudio sobre el Contrato Privado”, Labrusa, 1983, México, p. 286.

⁴⁶ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 1988, España, p. 132.

que expresan el consentimiento de éste para obligarse a las manifestaciones que en él se contienen.”⁴⁷

2.2.17. Funcionario.

“El servidor público competente que representa y desempeña funciones en la Procuraduría Federal del Consumidor.”⁴⁸

2.2.18. Ley.

“La Ley Federal de Protección al Consumidor; El objeto de dicha ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor, asimismo, procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.”⁴⁹

2.2.19. Ley Federal de Protección al Consumidor.

“El objeto de la ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.”⁵⁰

2.2.20. Medios de Comunicación Electrónica.

“Los dispositivos electrónicos para efectuar transmisión de datos e información a través de computadoras, enlaces dedicados, vías satelitales y similares.”⁵¹

⁴⁷ Francisco López de Gómara , ” Historia de la conquista de México”, Porrúa, 2006, México, p.114.

⁴⁸ Adam Smith, Compendio de "La Riqueza de las Naciones", Condorcet, 2003, España, p.125.

⁴⁹ Jorge Barrera Graf, “Instituciones de Derecho Mercantil”, Porrúa, 1991, México.

⁵⁰ Javier Arce Gargollo, “Contratos Mercantiles Atípicos”, Porrúa, 1985, México.

2.2.21. Modelo de Contrato.

“El documento que contiene un contrato de adhesión que fue elaborado unilateralmente por el proveedor, y que presenta ante la Procuraduría Federal del Consumidor para su análisis y en su caso para su registro.”⁵²

2.2.22. Modelo de Contrato Electrónico.

“El documento que contiene un contrato de adhesión que fue elaborado unilateralmente por el proveedor, y que presenta ante la Procuraduría Federal del Consumidor para su registro, a través del Registro de Contratos de Adhesión en Línea.”⁵³

2.2.23. Negativa de Registro.

“Es la resolución emitida por la autoridad correspondiente, la cual pone fin al procedimiento de solicitud de registro de modelo de contrato de adhesión, negando el mismo, en virtud de que el modelo de contrato exhibido por el proveedor no cumple con las disposiciones de la normatividad aplicable.”⁵⁴

2.2.24. Notificación.

“Acto que sigue formalidades legales preestablecidas, a través del cual se hace del conocimiento de los interesados una resolución administrativa.”⁵⁵ En este caso debe entenderse que las notificaciones son dirigidas a aquellas personas autorizadas en un

⁵¹ Luis Delgadillo Gutiérrez, “Compendio de Derecho Administrativo”, Porrúa, 2005, México, p.262.

⁵² Reinhold Zippelius, “Teoría General del Estado”, 3ª ed.,1998, México, p. 47.

⁵³ Reinhold Zippelius, “Teoría General del Estado”, 3ª ed.,1998, México, p. 47.

⁵⁴ Luis Delgadillo Gutiérrez, “Compendio de Derecho Administrativo”, Porrúa, 2005, México, p.262.

⁵⁵ Víctor Castrillón Luna, “Contratos Mercantiles”, Porrúa, 2014, México, p.638

procedimiento ante la autoridad o a aquellos que se les requiera para que cumplan con un acto procesal.

2.2.25. Normas Oficiales Mexicanas (NOM).

“Es aquella regulación de carácter obligatorio que establece las características o especificaciones de información comercial que deben de observar los proveedores de bienes y servicios, dentro de su actividad comercial.”⁵⁶

2.2.26. Normas Mexicanas (NMX).

“Son elaboradas por un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía (SE). Establecen los requisitos mínimos de calidad de los productos y servicios, con el objetivo de proteger y orientar a los consumidores. Su aplicación es voluntaria, con excepción de los casos en que los particulares manifiesten que sus productos, procesos o servicios son conformes con las mismas; cuando en una Norma Oficial Mexicana (NOM) se requiera la observancia de una Norma Mexicana (NMX) para fines determinados.”⁵⁷

2.2.27. Normas de Referencia (NRF).

“Son elaboradas por las entidades de la administración pública para aplicarlas a los bienes o servicios que adquieren, arrienden o contraten, cuando las normas mexicanas o internacionales no cubran los requerimientos de las mismas o sus especificaciones resulten obsoletas o inaplicables.”⁵⁸

⁵⁶ Diccionario de la Real Lengua Española, Madrileña, 1988, Madrid, p. 25

⁵⁷ Roberto Mantilla Molina, “Derecho Mercantil”, Porrúa, 1996, México

⁵⁸ Felipe de Jesús Tena, “Derecho Mercantil Mexicano”, Porrúa, 1999, México.

2.2.28. Persona Física.

“Es todo miembro de la especie humana susceptible de adquirir derechos y contraer obligaciones.”⁵⁹

2.2.29. Persona Moral.

“Es un ente jurídico con derechos y obligaciones que existe, pero no como individuo, sino como institución y que es creada por una o más personas físicas para cumplir un objetivo social que puede ser con o sin ánimo de lucro. En otras palabras, una persona jurídica es todo ente con capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones y que no sea una persona física, que cuenta con capacidad para actuar como sujeto de derecho, esto es, capacidad para adquirir y poseer bienes de todas clases, para contraer obligaciones y ejercitar acciones judiciales.”⁶⁰

2.2.30. Portal.

“El enlace del Registro de Contratos de Adhesión en Línea contenido en la página de Internet de la Procuraduría: www.profeco.gob.mx.”⁶¹

2.2.31. Procuraduría.

“La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) es un organismo público descentralizado e independiente de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal Mexicano.”⁶²

⁵⁹ Javier Arce Gargollo, “Contratos Mercantiles Atípicos”, Porrúa, 1985, México.

⁶⁰ Javier Arce Gargollo, “Contratos Mercantiles Atípicos”, Porrúa, 1985, México.

⁶¹ Felipe de Jesús Tena, “Derecho Mercantil Mexicano”, Porrúa, 1999, México.

⁶² Instituto de Investigaciones Jurídicas, “Diccionario Jurídico Mexicano”, Porrúa, 1994, México, p. 1744.

2.2.32. Proveedor/Comerciante.

“La persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios. Para el caso de contratos de adhesión se considerará a la entidad comercial como proveedor.”⁶³

2.2.33. Registro.

“El Registro Público de Contratos de Adhesión, mediante el cual los proveedores de bienes y servicios presentarán de manera obligatoria o voluntaria, según sea el caso, ante la Procuraduría Federal del Consumidor, los trámites relacionados al registro de un contrato de adhesión.”⁶⁴

2.2.34. Reglamento.

“Es una norma jurídica de carácter general dictada por la Administración pública y con valor subordinado a la Ley. En resumen, un reglamento es un documento que especifica normas para regular las actividades de los miembros de una comunidad. Consiste en sentar bases para la convivencia y prevenir los conflictos que se pueden generar entre los individuos.”⁶⁵

2.2.35. Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

“Es la herramienta jurídica que, tiene por objeto Reglamentar la Ley Federal de Protección al Consumidor, sin perjuicio de la aplicación de otros reglamentos sobre

⁶³ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 1988, España, p. 132.

⁶⁴ Fernando García Sais, “Derecho de los Consumidores a la Información, una Aproximación a la Publicidad Engañosa en México”, Porrúa, 2007, México, p. 38 a 47.

⁶⁵ César Macazaga y Ordoño, “Vocabulario Esencial mexicano”, Porrúa, 2003, México, p.122.

materias específicas. La aplicación de dicho Reglamento corresponde a la Procuraduría Federal del Consumidor.”⁶⁶

2.2.36. Registro en Línea: El Registro de Contratos de Adhesión en Línea.

“El Registro de Contratos de Adhesión en Línea: El Registro de Contratos de Adhesión en Línea: Es el medio electrónico vía internet por el que tramitan las y los proveedores la solicitud de registro de contrato de adhesión, y por el cual el proveedor evita acudir a la Delegación, Subdelegación o Contacto Ciudadano.”⁶⁷

2.2.37. Registro Obligatorio.

“Es el registro de modelos de contrato de adhesión que de manera obligatoria deberán llevar a cabo los proveedores ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando así lo establezca la Ley Federal de Protección al Consumidor, una norma oficial mexicana o cualquier otro ordenamiento legal aplicable. En estos casos, la Procuraduría Federal del Consumidor revisa que los contratos de adhesión no contengan cláusulas abusivas o lesivas e inequitativas a los intereses de la población consumidora.”⁶⁸

2.2.38. Registro Voluntario.

“Es el registro de modelos de contrato de adhesión que de manera voluntaria que a elección del proveedor, llevara a cabo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, cuando así lo establezca la Ley Federal de Protección al Consumidor, una norma oficial mexicana o cualquier otro ordenamiento legal aplicable.”⁶⁹

⁶⁶ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 1988, España, p. 132.

⁶⁷ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 1988, España, p. 132.

⁶⁸ CÓDIGO DE COMERCIO.

⁶⁹ CÓDIGO DE COMERCIO.

2.2.39. Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

“El Registro Federal de Contribuyentes es una clave que requiere toda persona física o moral en México para realizar cualquier actividad económica lícita por la que esté obligada a pagar impuestos a toda persona moral, con algunas excepciones. A estas personas se les llama contribuyentes. La clave debe incluir datos personales del contribuyente o persona física (por ejemplo, su nombre y fecha de nacimiento) o de la persona moral (por ejemplo, nombre y fecha de origen de la persona moral).”⁷⁰

2.2.40. Solicitud.

“Es el formato que contiene los datos y la petición del proveedor para el registro, modificación de registro, adhesión o baja de un modelo de contrato de adhesión.”⁷¹

2.2.41. Trámite.

“Se deriva de la solicitud de registro del contrato de adhesión, revisión, registro, modificación o baja de un contrato de adhesión, que un proveedor(a) lleva a cabo ante la Procuraduría Federal del Consumidor.”⁷²

2.2.42. Trámite Electrónico.

“Cualquier solicitud de adhesión, revisión y registro, modificación de un contrato de adhesión o entrega de información, que un proveedor(a) lleva a cabo por medios de comunicación electrónica ante la Procuraduría Federal del Consumidor, para efectos del Registro de Contratos de Adhesión en Línea.”⁷³

⁷⁰ CÓDIGO DE COMERCIO.

⁷¹ Instituto de Investigaciones Jurídicas “Diccionario Jurídico Mexicano A-CH”, décima.

⁷² Instituto de Investigaciones Jurídicas “Diccionario Jurídico Mexicano A-CH”, décima.

⁷³ CÓDIGO DE COMERCIO.

CAPÍTULO 3

LEGISLACIÓN

El sistema normativo correspondiente a la protección de los derechos del consumidor se relaciona directa e indirectamente con diversas normas, entre las que destacan:

3.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

***Artículo 1o.** En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece.*

Las normas relativas a los derechos humanos se interpretarán de conformidad con esta Constitución y con los tratados internacionales de la materia favoreciendo en todo tiempo a las personas la protección más amplia.

Todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. En consecuencia, el Estado deberá prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, en los términos que establezca la ley.

Está prohibida la esclavitud en los Estados Unidos Mexicanos. Los esclavos del extranjero que entren al territorio nacional alcanzarán, por este solo hecho, su libertad y la protección de las leyes.

Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

Artículo 28°. Asimismo dicho ordenamiento en su artículo 28 nos establece la figura del monopolio que en su sentido más amplio, monopolio proviene del latín *Monopolium*, y este a su vez del griego, Mono = Uno, Polein= Vender; en conjunto es el aprovechamiento exclusivo de alguna persona física o moral, bien provenga de un privilegio, o de otra causa cualquiera.

En términos generales el “Monopolio es toda situación de un mercado, en el cual la competencia no existe del lado de la oferta; dado que una persona moral o física produce y vende la producción total de un bien o servicio, controla su venta, tras eliminar a todos los competidores reales o potenciales o tiene acceso exclusivo a una patente de la que otros productores no disponen”⁷⁴.

Es decir, es la eliminación de la competencia para tener el control exclusivo de la oferta, permitiendo el ejercicio de un manejo total sobre los precios, y el logro de beneficios monopólicos.

En la práctica, se define menos rígidamente como monopolio: a un individuo o firma que controla más de un cierto porcentaje de las ventas de un bien o servicio en el mercado.

Por lo tanto, este artículo constitucional prohíbe el monopolio y las prácticas monopólicas y no constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las áreas estratégicas a las que se refiere este precepto. ¿Por qué entonces no darse por satisfechos una vez que los bienes y servicios se prestan en condiciones competitivas? La respuesta más sintética a esta pregunta es que, el monopolio no es la única falla de mercado que se encuentra involucrada en este problema. La segunda y más determinantes “la falta de información de los consumidores”⁷⁵.

Artículo 73. El Congreso tiene facultad:

- I.** Para admitir nuevos Estados a la Unión Federal;
- II.** Derogada.
- III.** Para formar nuevos Estados dentro de los límites de los existentes, siendo necesario al efecto:

⁷⁴ Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, Barcelona, 1988, España, p. 132.

⁷⁵ Molly Trebilcock, “The Limits of Freedom of Contract”, Harvard Press, 1997, Estados Unidos, p. 119.

- 1o. Que la fracción o fracciones que pidan erigirse en Estados, cuenten con una población de ciento veinte mil habitantes, por lo menos.*
- 2o. Que se compruebe ante el Congreso que tiene los elementos bastantes para proveer a su existencia política.*
- 3o. Que sean oídas las Legislaturas de los Estados de cuyo territorio se trate, sobre la conveniencia o inconveniencia de la erección del nuevo Estado, quedando obligadas a dar su informe dentro de seis meses, contados desde el día en que se les remita la comunicación respectiva.*
- 4o. Que igualmente se oiga al Ejecutivo de la Federación, el cual enviará su informe dentro de siete días contados desde la fecha en que le sea pedido.*
- 5o. Que sea votada la erección del nuevo Estado por dos terceras partes de los diputados y senadores presentes en sus respectivas Cámaras.*
- 6o. Que la resolución del Congreso sea ratificada por la mayoría de las Legislaturas de los Estados, previo examen de la copia del expediente, siempre que hayan dado su consentimiento las Legislaturas de los Estados de cuyo territorio se trate.*
- 7o. Si las Legislaturas de los Estados de cuyo territorio se trate, no hubieren dado su consentimiento, la ratificación de que habla la fracción anterior, deberá ser hecha por las dos terceras partes del total de Legislaturas de los demás Estados.*

IV. Derogada.

V. Para cambiar la residencia de los Supremos Poderes de la Federación.

VI. Derogada;

VII. Para imponer las contribuciones necesarias a cubrir el Presupuesto.

VIII. Para dar bases sobre las cuales el Ejecutivo pueda celebrar empréstitos sobre el crédito de la Nación, para aprobar esos mismos empréstitos y para reconocer y mandar pagar la deuda nacional. Ningún empréstito podrá celebrarse sino para la ejecución de obras que directamente produzcan un incremento en los ingresos públicos, salvo los que se realicen con propósitos de regulación monetaria, las operaciones de conversión y los que se contraten durante alguna emergencia declarada por el Presidente de la República en los términos del artículo 29. Asimismo, aprobar anualmente los montos de endeudamiento que deberán incluirse en la ley de ingresos, que en su caso requiera el Gobierno del Distrito Federal y las entidades de su sector público, conforme a las bases de la

ley correspondiente. El Ejecutivo Federal informará anualmente al Congreso de la Unión sobre el ejercicio de dicha deuda a cuyo efecto el Jefe del Distrito Federal le hará llegar el informe que sobre el ejercicio de los recursos correspondientes hubiere realizado. El Jefe del Distrito Federal informará igualmente a la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, al rendir la cuenta pública;

- IX.** *Para impedir que en el comercio de Estado a Estado se establezcan restricciones.*
- X.** ***Para legislar en toda la República sobre hidrocarburos, minería, sustancias químicas, explosivos, pirotecnia, industria cinematográfica, comercio, juegos con apuestas y sorteos, intermediación y servicios financieros, energía eléctrica y nuclear y para expedir las leyes del trabajo reglamentarias del artículo 123.***
- XI.** *Para crear y suprimir empleos públicos de la Federación y señalar, aumentar o disminuir sus dotaciones.*
- XII.** *Para declarar la guerra, en vista de los datos que le presente el Ejecutivo.*
- XIII.** *Para dictar leyes según las cuales deben declararse buenas o malas las presas de mar y tierra, y para expedir leyes relativas al derecho marítimo de paz y guerra.*
- XIV.** *Para levantar y sostener a las instituciones armadas de la Unión, a saber: Ejército, Marina de Guerra y Fuerza Aérea Nacionales, y para reglamentar su organización y servicio.*
- XV.** *Para dar reglamentos con objeto de organizar, armar y disciplinar la Guardia Nacional, reservándose a los ciudadanos que la forman, el nombramiento respectivo de jefes y oficiales, y a los Estados la facultad de instruirla conforme a la disciplina prescrita por dichos reglamentos.*
- XVI.**

3.2. Código de Comercio.

Artículo 1o.- *Los actos comerciales sólo se regirán por lo dispuesto en este Código y las demás leyes mercantiles aplicables.*

Artículo 2o.- A falta de disposiciones de este ordenamiento y las demás leyes mercantiles, serán aplicables a los actos de comercio las del derecho común contenidas en el Código Civil aplicable en materia federal.

Artículo 3o.- Se reputan en derecho comerciantes:

I.- Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria; II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; III.- Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.

Artículo 6 bis. Los comerciantes deberán realizar su actividad de acuerdo a los usos honestos en materia industrial o comercial, por lo que se abstendrán de realizar actos de competencia desleal que:

I.- Creen confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial, de otro comerciante;
II.- Desacrediten, mediante aseveraciones falsas, el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial, de cualquier otro comerciante;
III.- Induzcan al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos, o
IV.- Se encuentren previstos en otras leyes. Las acciones civiles producto de actos de competencia desleal, sólo podrán iniciarse cuando se haya obtenido un pronunciamiento firme en la vía administrativa, si ésta es aplicable.

Artículo 75.- La ley reputa actos de comercio:

I.- Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados;
II.- Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;
III.- Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las sociedades mercantiles;
IV.- Los contratos relativos y obligaciones del Estado ú otros títulos de crédito corrientes en el comercio;
V.- Las empresas de abastecimientos y suministros;
VI.- Las empresas de construcciones, y trabajos públicos y privados;
VII.- Las empresas de fábricas y manufacturas;
VIII.- Las empresas de trasportes de personas o cosas, por tierra o por agua; y las empresas de turismo;
IX.- Las librerías, y las empresas editoriales y tipográficas;
X. Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales, casas de empeño y establecimientos de ventas en pública almoneda;

XI.- Las empresas de espectáculos públicos;
XII.- Las operaciones de comisión mercantil;
XIII.- Las operaciones de mediación de negocios mercantiles;
XIV.- Las operaciones de bancos;
XV.- Todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la navegación interior y exterior;
XVI.- Los contratos de seguros de toda especie;
XVII.- Los depósitos por causa de comercio;
XVIII.- Los depósitos en los almacenes generales y todas las operaciones hechas sobre los certificados de depósito y bonos de prenda librados por los mismos;
XIX.- Los cheques, letras de cambio o remesas de dinero de una plaza a otra, entre toda clase de personas; XX.- Los vales ú otros títulos a la orden o al portador, y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se pruebe que se derivan de una causa extraña al comercio;
XXI.- Las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil;
XXII.- Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio;
XXIII.- La enajenación que el propietario o el cultivador hagan de los productos de su finca o de su cultivo; XXIV. Las operaciones contenidas en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito;
XXV.- Cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados en este código. En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial.

Artículo 78.- En las convenciones mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que la validez del acto comercial dependa de la observancia de formalidades o requisitos determinados.

Artículo 79.- Se exceptuarán de lo dispuesto en el artículo que precede:

- I.- Los contratos que con arreglo a este Código ú otras leyes, deban reducirse a escritura o requieran formas o solemnidades necesarias para su eficacia
- II.- Los contratos celebrados en país extranjero en que la ley exige escrituras, formas o solemnidades determinadas para su validez, aunque no las exija la ley mexicana.

Artículo 86.- Las obligaciones mercantiles habrán de cumplirse en el lugar determinado en el contrato, o en caso contrario en aquel que, según la naturaleza del negocio o la intención de las partes, deba considerarse adecuado al efecto por consentimiento de aquellas o arbitrio judicial.

Artículo 87.- *Si en el contrato no se determinaren con toda precisión la especie y calidad de las mercancías que han de entregarse, no podrá exigirse al deudor otra cosa que la entrega de mercancías de especie y calidad medias.*

Artículo 88.- *En el contrato mercantil en que se fijare pena de indemnización contra el que no lo cumpliera, la parte perjudicada podrá exigir el cumplimiento del contrato o la pena prescrita; pero utilizando una de estas dos acciones, quedará extinguida la otra.*

Artículo 371.- *Serán mercantiles las compraventas a las que este Código les da tal carácter, y todas las que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar.*

Artículo 635.- *La base de la moneda mercantil es el peso mexicano, y sobre esta base se harán todas las operaciones de comercio y los cambios sobre el extranjero.*

3.3. Ley Federal de Protección al Consumidor.

Tal y como se ha fijado en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su Artículo 34 le concierne parte en las siguientes funciones:

- Formular, conducir, regular y controlar las políticas generales de industria, comercio exterior e interior, abasto y precios del país; con excepción de los precios de bienes y servicios de la Administración Pública Federal.
- Estudiar y determinar mediante reglas generales, conforme a los montos globales establecidos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los estímulos fiscales necesarios para el fomento industrial, el comercio interior y exterior y el abasto, incluyendo los subsidios sobre impuestos de importación, y administrar su aplicación, así como vigilar y evaluar sus resultados.
- Establecer la política de precios, y con el auxilio y participación de las autoridades locales, vigilar su estricto cumplimiento, particularmente en lo que se refiere a artículos de consumo y uso popular, y establecer las tarifas para la prestación de aquellos servicios de interés público.
- Regular, orientar y estimular las medidas de protección al consumidor.
- Normar y registrar la propiedad industrial y mercantil; así como regular y orientar la inversión extranjera y la transferencia de tecnología.

- Establecer y vigilar las normas de calidad, pesas y medidas necesarias para la actividad comercial; así como las normas y especificaciones industriales, entre otras funciones.

Derivado de lo anterior, en contexto a lo que plantea el Licenciado Luis Delgadillo Gutiérrez en cuanto de que “Los derechos que integran la relación jurídico-administrativa recibe el nombre de Derecho Público Subjetivo, en razón de la naturaleza de la relación, puesto que siempre participará en ella un ente público, regulado por normas de derecho público”⁷⁶. De esto, se entiende la relación y la facultad de la Secretaría de Economía de crear y expedir Normas Oficiales Mexicanas (NOM’s), sujeta los contratos de adhesión a registro previo ante Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, por lo que esta última se encarga de recibir, analizar y determinar las cláusulas abusivas o lesivas a los intereses de los consumidores.

ARTÍCULO 1.- La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

- I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;*
- II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;*

⁷⁶ Luis Delgadillo Gutiérrez, “Compendio de Derecho Administrativo”, Porrúa, 2005, México, p.262.

- III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;*
- IV. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;*
- V. El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica a los consumidores;*
- VI. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos;*
- VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.*
- VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados;*
- IX. El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento;*
- X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y*
- XI. La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor.*

Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.

ARTÍCULO 2.- Para los efectos de esta ley, se entiende por:

- I. *Consumidor: la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros, únicamente para los casos a que se refieren los artículos 99 y 117 de esta ley.*

Tratándose de personas morales que adquieran bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción o de servicios a terceros, sólo podrán ejercer las acciones a que se refieren los referidos preceptos cuando estén acreditadas como microempresas o microindustrias en términos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, respectivamente y conforme a los requisitos que se establezcan en el Reglamento de esta ley.

- II. *Proveedor: la persona física o moral en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios;*

- III. *Secretaría: la Secretaría de Economía, y*

- IV. *Procuraduría: la Procuraduría Federal del Consumidor.*

ARTÍCULO 3.- *A falta de competencia específica de determinada dependencia de la administración pública federal, corresponde a la Secretaría de Economía expedir las normas oficiales mexicanas previstas por la ley y a la Procuraduría vigilar se cumpla con lo dispuesto en la propia ley y sancionar su incumplimiento.*

ARTÍCULO 4.- *Son auxiliares en la aplicación y vigilancia de esta ley las autoridades federales, estatales y municipales.*

ARTÍCULO 5.- *Quedan exceptuadas de las disposiciones de esta ley, los servicios que se presten en virtud de una relación o contrato de trabajo, los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil y los servicios que presten las sociedades de información crediticia.*

Asimismo, quedan excluidos los servicios regulados por las leyes financieras que presten las Instituciones y Organizaciones cuya supervisión o vigilancia esté a cargo de

las comisiones nacionales Bancaria y de Valores; de Seguros y Fianzas; del Sistema de Ahorro para el Retiro o de cualquier órgano de regulación, de supervisión o de protección y defensa dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

ARTÍCULO 6.- *Estarán obligados al cumplimiento de esta ley los proveedores y los consumidores. Las entidades de las administraciones públicas federal, estatal, municipal y del gobierno del Distrito Federal, están obligadas en cuanto tengan el carácter de proveedores o consumidores.*

ARTÍCULO 7.- *Todo proveedor está obligado a informar y respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona alguna.*

ARTÍCULO 7 BIS.- *El proveedor está obligado a exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor.*

Dicho monto deberá incluir impuestos, comisiones, intereses, seguros y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva, sea ésta al contado o a crédito.

ARTÍCULO 8.- *La Procuraduría verificará que se respeten los precios máximos establecidos en términos de la Ley Federal de Competencia Económica, así como los precios y tarifas que conforme a lo dispuesto por otras disposiciones sean determinados por las autoridades competentes.*

Los proveedores están obligados a respetar el precio máximo y las tarifas establecidas conforme al párrafo anterior.

ARTÍCULO 8 Bis. *La Procuraduría deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.*

Para este propósito, elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por los medios a su alcance, incluyendo su

distribución en los establecimientos de los proveedores, previo acuerdo con éstos. También presentará sus contenidos educativos a la autoridad federal competente a fin de que los incorpore a los programas oficiales correspondientes en términos de las disposiciones aplicables.

La Procuraduría establecerá módulos o sistemas de atención y orientación a los consumidores en función de la afluencia comercial, del número de establecimientos y operaciones mercantiles, de la temporada del año y conforme a sus programas y medios, debiéndose otorgar a aquélla las facilidades necesarias para ello.

ARTÍCULO 9.- Los proveedores de bienes o servicios incurren en responsabilidad administrativa por los actos propios que atenten contra los derechos del consumidor y por los de sus colaboradores, subordinados y toda clase de vigilantes, guardias o personal auxiliar que les presten sus servicios, independientemente de la responsabilidad personal en que incurra el infractor.

ARTÍCULO 10.- Queda prohibido a cualquier proveedor de bienes o servicios llevar a cabo acciones que atenten contra la libertad o seguridad o integridad personales de los consumidores bajo pretexto de registro o averiguación. En el caso de que alguien sea sorprendido en la comisión flagrante de un delito, los proveedores, sus agentes o empleados se limitarán, bajo su responsabilidad, a poner sin demora al presunto infractor a disposición de la autoridad competente. La infracción de esta disposición se sancionará de acuerdo con lo previsto en esta ley, independientemente de la reparación del daño moral y la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados en caso de no comprobarse el delito imputado.

Los proveedores no podrán aplicar métodos o prácticas comerciales coercitivas y desleales, ni cláusulas o condiciones abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos o servicios. Asimismo, tampoco podrán prestar servicios adicionales a los originalmente contratados que no hubieren sido solicitados o aceptados expresamente, por escrito o por vía electrónica, por el consumidor

ARTÍCULO 19.- La Secretaría determinará la política de protección al consumidor, que constituye uno de los instrumentos sociales y económicos del Estado para favorecer y promover los intereses y derechos de los consumidores. Lo anterior, mediante la adopción de las medidas que procuren el mejor funcionamiento de los mercados y el crecimiento económico del país.

Dicha Secretaría está facultada para expedir normas oficiales mexicanas y normas mexicanas respecto de:

I. Productos que deban expresar los elementos, sustancias o ingredientes de que estén elaborados o integrados así como sus propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso ó masa drenados, y demás datos relevantes en los envases, empaques, envolturas, etiquetas o publicidad, que incluyan los términos y condiciones de los instructivos y advertencias para su uso ordinario y conservación;

II. La tolerancia admitida en lo referente a peso y contenido de los productos ofrecidos en envases o empaques, así como lo relativo a distribución y manejo de gas L. P.;

III. La forma y términos en que deberá incorporarse la información obligatoria correspondiente en los productos a que se refieren las fracciones anteriores;

IV. Los requisitos de información a que se someterán las garantías de los productos y servicios, salvo que estén sujetos a la inspección o vigilancia de otra dependencia de la administración pública federal, en cuyo caso ésta ejercerá la presente atribución;

V. Los requisitos que deberán cumplir los sistemas y prácticas de comercialización de bienes;

VI. Los productos que deberán observar requisitos especiales para ostentar el precio de venta al público de los productos, cualesquiera que éstos sean, en sus envases, empaques o envolturas o mediante letreros colocados en el lugar donde se encuentren para su expendio, donde se anuncien u ofrezcan al público, así como la forma en que deberán ostentarse;

VII. Los términos y condiciones a que deberán ajustarse los modelos de contratos de adhesión que requieran de inscripción en los términos de esta ley;

VIII. Características de productos, procesos, métodos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios que requieran ser normalizados de conformidad con otras disposiciones; y

IX. Los demás que establezcan esta ley y otros ordenamientos.

La Secretaría, en los casos en que se requiera, emitirá criterios y lineamientos para la interpretación de las normas a que se refiere este precepto.

ARTÍCULO 20.- *La Procuraduría Federal del Consumidor es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en esta ley, los reglamentos de ésta y su estatuto.*

ARTÍCULO 21.- El domicilio de la Procuraduría será la Ciudad de México y establecerá delegaciones en todas las entidades federativas y el Distrito Federal. Los tribunales federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte.

ARTÍCULO 22.- La Procuraduría se organizará de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime convenientes, en los términos que señalen los reglamentos y su estatuto.

ARTÍCULO 23.- El patrimonio de la Procuraduría estará integrado por:

- I. Los bienes con que cuenta;*
- II. Los recursos que directamente le asigne el Presupuesto de Egresos de la Federación;*
- III. Los recursos que le aporten las dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal, municipal y del gobierno del Distrito Federal;*
- IV. Los ingresos que perciba por los servicios que proporcione en los términos que señale la ley de la materia; y*
- V. Los demás bienes que adquiera por cualquier otro título legal.*

ARTÍCULO 24. La procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

- I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;*
- II. Procurar y representar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan;*
- III. Representar individualmente o en grupo a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores;*
- IV. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;*

En el caso de servicios educativos proporcionados por particulares, deberá informar a las y los consumidores, la publicación señalada en el segundo párrafo del artículo 56 de la

Ley General de Educación así como la aptitud del personal administrativo que labora en el plantel;

V. *Formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de las materias a que se refiere esta ley;*

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

VII. *Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;*

VIII. *Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en las materias a que se refiere esta ley y prestar asesoría a consumidores y proveedores;*

IX. *Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;*

IX bis.- *Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previstos por esta Ley respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología;*

IX. *Promover la coordinación entre las autoridades federales, estatales y municipales que corresponda, a fin de asegurar la protección efectiva al consumidor en contra de la información o publicidad engañosa o abusiva;*

X. *Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos;*

XI. *Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones para el logro de los objetivos de esta ley;*

XII. *Celebrar convenios y acuerdos de colaboración con autoridades federales, estatales, municipales, del gobierno del Distrito Federal y entidades paraestatales en beneficio de los consumidores; así como acuerdos interinstitucionales con otros países, de conformidad con las leyes respectivas;*

XIII. *Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas establecidos o registrados por la autoridad competente y coordinarse con otras autoridades legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez evitar duplicación de funciones;*

XIV. Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta ley y, en el ámbito de su competencia, las de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, así como de las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y en su caso determinar los criterios para la verificación de su cumplimiento;

XIV bis. Verificar que las pesas, medidas y los instrumentos de medición que se utilicen en transacciones comerciales, industriales o de servicios sean adecuados y, en su caso, realizar el ajuste de los instrumentos de medición en términos de lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;

XV. Registrar los contratos de adhesión que lo requieran, cuando cumplan la normatividad aplicable, y organizar y llevar el Registro Público de contratos de adhesión;

XVI. Procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores y, en su caso, emitir dictámenes en donde se cuantifiquen las obligaciones contractuales del proveedor, conforme a los procedimientos establecidos en esta ley;

XVII. Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que sean de su conocimiento y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas que afecten la integridad e intereses de las y los consumidores;

XVIII. Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría, así como procurar mecanismos para su autogestión;

XIX. Aplicar las sanciones y demás medidas establecidas en esta ley, en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y demás ordenamientos aplicables;

XX. Requerir a los proveedores o a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores, y cuando lo considere pertinente publicar dicho requerimiento;

XX Bis. En el caso de que en ejercicio de sus atribuciones identifique aumentos de precios, restricciones en la cantidad ofrecida o divisiones de mercados de bienes o servicios derivados de posibles prácticas monopólicas en términos de lo dispuesto por la Ley Federal de Competencia Económica, la Procuraduría, en representación de los consumidores, podrá presentar ante la Comisión Federal de Competencia la denuncia que corresponda;

XXI. Ordenar se informe a los consumidores sobre las acciones u omisiones de los proveedores que afecten sus intereses o derechos, así como la forma en que los proveedores los retribuirán o compensarán;

XXII. Coadyuvar con las autoridades competentes para salvaguardar los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas;

XXIII. *Publicar, a través de cualquier medio, los productos y servicios que con motivo de sus verificaciones y los demás procedimientos previstos por la Ley sean detectados como riesgosos o en incumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables, y*

XXIV. *Las demás que le confieran esta ley y otros ordenamientos.*

ARTÍCULO 85.- *Para los efectos de esta ley, se entiende por contrato de adhesión 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, aun cuando dicho documento no contenga todas 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 y en un tamaño y tipo de letra uniforme. Además, no podrá implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de esta ley.*

ARTÍCULO 86.- *La Secretaría, mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría 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.

Los contratos de adhesión sujetos a registro deberán contener una cláusula en la que se determine que la Procuraduría será competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos. Asimismo, deberán señalar el número de registro otorgado por la Procuraduría.

ARTÍCULO 86 BIS.- *En los contratos de adhesión de prestación de servicios deben incluirse por escrito o por vía electrónica los servicios adicionales, especiales, o conexos, que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico.*

El proveedor sólo podrá prestar un servicio adicional o conexo no previsto en el contrato original si cuenta con el consentimiento expreso del consumidor, ya sea por escrito o por vía electrónica.

ARTÍCULO 86 TER.- *En los contratos de adhesión de prestación de servicios, 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 sólo podrá hacer uso de esta 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 ésta y otras leyes o reglamentos.*

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubieren sido incluidas de manera expresa en el clausulado del contrato de adhesión de que se trate.

ARTÍCULO 86 QUATER.- *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.*

ARTÍCULO 87.- *En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.*

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquéllos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

ARTÍCULO 87 BIS.- *La Procuraduría podrá publicar en el **Diario Oficial de la Federación**, el modelo de aquellos contratos que deban ser registrados de conformidad con el artículo 86 de esta ley, a fin de que los proveedores puedan utilizarlos. En tales casos, el proveedor únicamente dará aviso a la Procuraduría sobre la adopción del modelo de contrato para efectos de registro.*

Cuando el proveedor haya dado aviso a la Procuraduría para adoptar un contrato conforme al modelo publicado, no podrá modificarlo ni incluir otras cláusulas o excepciones a su aplicación, sin haber cumplido con lo dispuesto en el artículo 87 TER. En caso de no hacerlo, dichas modificaciones, adiciones o excepciones se tendrán por no puestas.

ARTÍCULO 87 TER.- *Cuando el contrato de adhesión de un proveedor contenga variaciones respecto del modelo de contrato publicado por la Procuraduría a que se refiere*

el artículo anterior, el proveedor deberá solicitar su registro en los términos del procedimiento previsto en el artículo 87.

ARTÍCULO 88.- *Los interesados podrán inscribir voluntariamente sus modelos de contrato de adhesión aunque no requieran registro previo, siempre y cuando la Procuraduría estime que sus efectos no lesionan el interés de los consumidores y que su texto se apega a lo dispuesto por esta ley.*

ARTÍCULO 89.- *La Procuraduría, en la tramitación del registro de modelos de contratos de adhesión, podrá requerir al proveedor la aportación de información de carácter comercial necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, siempre y cuando no se trate de información confidencial o sea parte de secretos industriales o comerciales.*

ARTÍCULO 90.- *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 consumidor incumpla el contrato;

III. Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;

IV. Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;

ARTÍCULO 90 BIS.- *Cuando con posterioridad a su registro se aprecie que un contrato contiene cláusulas que sean contrarias a esta ley o a las normas oficiales mexicanas, la Procuraduría, de oficio o a petición de cualquier persona interesada, procederá a la cancelación del registro correspondiente.*

En tales casos, la Procuraduría procederá conforme al procedimiento establecido en el artículo 123 de esta ley.

3.4. Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Dicho ordenamiento jurídico atribuye funciones y fortalece a la Procuraduría Federal del Consumidor en su labor de educación y divulgación. Asimismo, da facultades de verificación y vigilancia, el procedimiento conciliatorio, el arbitraje y las sanciones administrativas y en forma expresa los principios básicos en las relaciones de consumo

que deben ser respetados por los proveedores, asimismo establece los derechos de los consumidores a la privacidad, a la bonificación o compensación, a la no discriminación, entre otros; de igual manera, regula las operaciones realizadas con bienes inmuebles, el servicio de tiempo compartido, publicidad, ofertas, promociones y en específico el asunto que nos ocupa a los Contratos de Adhesión, "El contrato por adhesión ha sido definido por Messineo como aquel en que las cláusulas son dispuestas por uno de los futuros contratantes de manera que el otro no puede modificarlas ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas, de tal suerte que este último no presta colaboración alguna a la formación del contenido contractual, quedando así sustituida la ordinaria determinación bilateral del contenido del vínculo por un simple acto de aceptación o adhesión al esquema predeterminado unilateralmente"⁷⁷.

Artículo 1.- *El presente ordenamiento tiene por objeto reglamentar la Ley Federal de Protección al Consumidor, sin perjuicio de la aplicación de otros reglamentos sobre materias específicas. La aplicación del presente Reglamento corresponde a la Procuraduría Federal del Consumidor.*

Artículo 2.- *Además de las definiciones referidas en el artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para los efectos de este Reglamento se entiende por Ley, a la Ley Federal de Protección al Consumidor. Cuando se haga referencia a productos se entenderá respecto a bienes muebles.*

Artículo 4.- *Las personas morales a que alude el artículo 2, fracción I, párrafo segundo, de la Ley, podrán acreditar estar constituidas como microempresas o microindustrias, con la documentación o constancia que emita la autoridad competente en términos de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Mediana y Pequeña Empresa y de la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, sus respectivos reglamentos y los acuerdos o criterios emitidos por la Secretaría o, en su defecto, con la expedida por el Instituto Mexicano del Seguro Social.*

Artículo 19.- *Se consideran conductas o prácticas comerciales abusivas, además de las previstas en el artículo 25 BIS de la Ley, las siguientes:*

I.- La manipulación de precios y tarifas como consecuencia de fenómenos naturales o meteorológicos;

⁷⁷ Francesco Messineo, "Doctrina General del Contrato", Jurídicas Europa- América, 1972, México, p.125.

II.- La realización de actos sin consentimiento previo y expreso del consumidor, cuando así lo exija la Ley; III.- El cobro de cargos no autorizados por el consumidor o que no se deriven del contrato correspondiente; IV.- La falta de exhibición de precios o tarifas en términos de lo previsto por la Ley;

V.- La falta de entrega de comprobantes de las operaciones realizadas, por parte del proveedor;

VI.- La negativa del proveedor de vender bienes, productos o servicios de consumo generalizado;

VII.- La negativa del proveedor de entregar al consumidor un bien o producto, o de prestarle un servicio, después de que éste hubiere pagado por ellos, y

VIII.- Las demás que violen los derechos que la Ley otorga a los consumidores en virtud de su realización de manera engañosa, excesiva, arbitraria o indebida.

Artículo 39.- Para efectos de la publicación de los modelos de contratos de adhesión a que se refiere el artículo 87 BIS de la Ley, se considerarán también los previstos en los artículos 63 y 73 de la misma.

Artículo 40.- El proveedor deberá presentar el aviso a que se refiere el primer párrafo del artículo 87 BIS de la Ley, ya sea por escrito o por vía electrónica, antes de que utilice el modelo de contrato correspondiente en sus operaciones con los consumidores.

Artículo 41.- En el Registro Público de Contratos de Adhesión se inscribirán los modelos de contratos que los proveedores propongan utilizar con los consumidores, siempre y cuando cumplan con la Ley y la normatividad correspondiente. Asimismo, se inscribirán los modelos de contratos respecto de los cuales los proveedores hubieren presentado el aviso de adopción a que se refiere el artículo 87 BIS de la Ley. Asimismo, en el Registro a que se refiere el párrafo anterior, podrán inscribirse los modelos de contratos que una cámara u otro género de agrupación de proveedores de una rama industrial o comercial elaboren y propongan para su adopción por sus agremiados y otros participantes en la industria, siempre y cuando cumplan con la Ley y la normatividad correspondiente. Los proveedores pertenecientes a dicha rama industrial o comercial podrán adoptar el o los modelos de contrato respectivos mediante simple aviso en los términos del artículo 87 BIS de la Ley y en cualquiera de las formas previstas por el artículo anterior. La inscripción de un modelo de contrato de adhesión será intransferible.

REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios Nuevo Reglamento DOF 03-08-2006 8 de 14.

Artículo 42.- El registro de un modelo de contrato será obligatorio cuando lo exija la Ley o una norma oficial mexicana; en caso contrario, los proveedores podrán solicitar el registro de su modelo de contrato de manera voluntaria. Para efectos del otorgamiento del registro de los contratos de adhesión a que se refiere el artículo 65 BIS de la Ley, la

Procuraduría sólo registrará aquellos modelos en los que los bienes que se señalen como garantía prendaria cumplan con dicha calidad en los términos de la legislación aplicable.

Artículo 43.- *En caso de que los proveedores otorguen crédito al consumidor para la adquisición de inmuebles, en el contrato de adhesión respectivo se podrán determinar las cantidades de dinero que se deban cubrir en unidades de inversión, en salarios mínimos o de cualquier otra manera lícita, indicando los criterios para su conversión a cantidades en moneda nacional. Para el registro de los contratos de adhesión se deberá prever lo dispuesto en este artículo.*

Artículo 44.- *Con relación a lo dispuesto en el artículo 86, segundo párrafo de la Ley, las normas oficiales mexicanas podrán ordenar que en los contratos de adhesión se incluya una cláusula por la que se determine el monto, el plazo y la forma del pago.*

Artículo 45.- *Los proveedores solicitarán el registro de sus modelos de contrato de adhesión en los plazos previstos en la norma oficial mexicana que corresponda o, en su defecto, a más tardar dentro de los treinta días siguientes de su entrada en vigor.*

Artículo 46.- *Para los efectos del artículo 86 BIS de la Ley, se entenderán como servicios adicionales, especiales o conexos, aquellos ofrecidos por el proveedor diferentes al básico o no previstos al inicialmente contratado, y por los que el consumidor deba emitir su consentimiento en forma previa y expresa, ya sea por escrito o por vía electrónica. El proveedor no podrá proporcionar un servicio adicional, especial o conexo, basado en la circunstancia de que el consumidor no le hubiese efectuado manifestación alguna ante el ofrecimiento que aquél le hubiere hecho.*

Artículo 47.- *A las disposiciones o cláusulas contenidas en los contratos que debiendo registrarse no hayan sido registrados y que contravengan los intereses o derechos de los consumidores, les será aplicable lo dispuesto por el artículo 87 segundo párrafo de la Ley.*

Artículo 48.- *La Procuraduría efectuará modificaciones al modelo de contrato publicado en el Diario Oficial de la Federación, cuando las prácticas comerciales lo requieran, o bien, cuando la Ley o la norma oficial mexicana correspondiente hubiere sido modificada o adicionada. En todos estos casos, la Procuraduría publicará dichas modificaciones en el medio referido. Los proveedores que hubieren adoptado un modelo publicado que posteriormente sea modificado, podrán adoptar el nuevo modelo o solicitar el registro conforme a lo dispuesto en el artículo 87 de la Ley.*

Artículo 49.- *En aquellos casos en que el proveedor solicite modificar el modelo de contrato de adhesión que tenga registrado ante la Procuraduría, ésta procederá conforme*

a lo dispuesto por el artículo 87 de la Ley y, en caso de que lo autorice, se registrará como un nuevo contrato y se le asignará un número de registro diferente.

Artículo 50.- *La cancelación del registro de un modelo de contrato de adhesión a que se refiere el artículo 90 BIS de la Ley, procederá una vez que la resolución emitida en el procedimiento por infracciones a la Ley haya quedado firme, ya sea por no haber sido impugnada o por haberse agotado los medios de impugnación correspondientes.*

Artículo 51.- *La cancelación del registro de un modelo de contrato de adhesión implicará que el proveedor no pueda seguir utilizándolo, teniendo la obligación de presentar a la Procuraduría un nuevo modelo, el cual sólo podrá utilizar hasta que aquélla lo autorice y registre conforme a las disposiciones aplicables. Sólo procederá la obligación a que se refiere el párrafo anterior cuando las normas oficiales mexicanas correspondientes así lo dispongan.*

Artículo 52.- *El Procurador emitirá los lineamientos que regulen la organización y funcionamiento del Registro Público de Contratos de Adhesión, mediante Acuerdo que se publique en el Diario Oficial de la Federación.*

Por lo que, en este contexto la Ley Federal de Protección al Consumidor está actualmente conformada por 135 artículos divididos en 15 capítulos, estipulados de la manera siguiente:

- Capítulo I.- Disposiciones Generales.
- Capítulo II.- De las autoridades.
- Capítulo III.- De la información y publicidad.
- Capítulo IV.- De las promociones y ofertas.
- Capítulo V.- De las ventas a domicilio, mediatas o indirectas.
- Capítulo VI.- De los servicios.
- Capítulo VII.- De las operaciones a crédito.
- Capítulo VIII.- De las operaciones con inmuebles.
- Capítulo VIII bis.- De los derechos de los consumidores en las transacciones con uso de medios electrónicos, ópticos u otra tecnología.
- Capítulo IX.- De las garantías.
- Capítulo X.- De los contratos de adhesión.
- Capítulo XI.- Del incumplimiento.

- Capítulo XII.- De la vigilancia y verificación.
- Capítulo XIII.- Procedimientos.
- Capítulo XIV.- Sanciones

La Ley Federal de Protección al Consumidor es de orden público e interés social y de observancia en toda la República por lo que debe prevalecer el principio de legalidad en términos jurídicos a favor de los Gobernados y del Estado por ser este “un conjunto de seres humanos al servicio público, cuya conducta se coordina en forma específica: en términos generales, la comunidad estatal, en particular, se constituye como una estructura de acción, jurídicamente organizada y regulada”⁷⁸. En este contexto las disposiciones de la Procuraduría Federal del Consumidor son irrenunciables y contra su observancia no es posible el alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario, por lo que el objeto de dicha ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores, por lo que, son principios básicos en las relaciones de consumo:

I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos.

II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones.

III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen.

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

V. El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica a los consumidores.

⁷⁸ Reinhold Zippelius, “Teoría General del Estado”, Labraua, 1998, México, p. 47.

VI. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos.

VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.

VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados.

IX. El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento.

X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas.

Los derechos previstos en la Ley Federal de Protección al Consumidor no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes, así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad. En este contexto, la Procuraduría Federal del Consumidor con apoyo de la Ley Federal de Protección al Consumidor se encarga de prevenir abusos y garantizar las relaciones de consumo justas; es de ahí que en el capítulo X de la ley hace referencia a los Contratos de Adhesión , el cual a la letra en estipula lo siguiente:

CAPÍTULO X DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN

ARTÍCULO 85.- Para los efectos de esta ley, se entiende por contrato de adhesión 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, aun cuando dicho documento no contenga todas 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.

Además, no podrá implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de esta ley.

Este artículo nos establece, la definición de Contrato de Adhesión, conforme a la opinión de Lafaille, "la diferencia sólo existe en lo que se refiere a la forma de manifestarse o de constituirse el consentimiento"⁷⁹. Tal como lo menciona la legislación aplicable dentro del territorio nacional mexicano las condiciones generales que debe de contener cada contrato, y deberá ser del entendimiento general, sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista.

ARTÍCULO 86.- La Secretaría, mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría 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.

Los contratos de adhesión sujetos a registro deberán contener una cláusula en la que se determine que la Procuraduría será competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos. Asimismo, deberán señalar el número de registro otorgado por la Procuraduría.

Los Contratos de Adhesión podrán ser registrados ante la Procuraduría sí así lo establecen las Normas Oficiales Mexicanas y la Ley, su registro será obligatorio.

ARTÍCULO 86 BIS.- En los contratos de adhesión de prestación de servicios deben incluirse por escrito o por vía electrónica los servicios adicionales, especiales, o conexos, que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico.

El proveedor sólo podrá prestar un servicio adicional o conexo no previsto en el contrato original si cuenta con el consentimiento expreso del consumidor, ya sea por escrito o por vía electrónica. En los Contratos de Adhesión el adherente contará con opciones para poder contratar o no servicios adicionales, producto de esa relación contractual, lo cual son las siguientes fracciones de este artículo.

⁷⁹ Hector Lafaille, "Tratado de Derecho Civil, Contratos ", Ediar, 1949, México, p. 182

ARTÍCULO 86 TER.- En los contratos de adhesión de prestación de servicios, 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 sólo podrá hacer uso de esta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo pactado.

IV. Las demás prerrogativas que señalen ésta y otras leyes o reglamentos.

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubieren sido incluidas de manera expresa en el clausulado del contrato de adhesión de que se trate.

Cualquier servicio prestado, que derive de un Contrato de Adhesión, deberán incluirse los servicios opcionales que el adherente no haya contemplado, será por escrito ó por medios electrónicos. Solamente ese servicio opcional será prestado con el consentimiento del adherente.

ARTÍCULO 86 QUATER.- 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.

Esto es que, si un contrato de Adhesión es registrado ante la Procuraduría y se utiliza otro contrato, la relación contractual celebrada con él contrato no registrado, será nula, por lo tanto no existe dicha relación contractual.

ARTÍCULO 87.- En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquellos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

El procedimiento que un contrato de adhesión obligatorio prosiga al registro, en base al artículo anterior se da en los supuestos siguientes:

- 1) Deberá apegarse a lo que establece la norma oficial mexicana así como la ley aplicable.
- 2) Se dará respuesta en 30 días.
- 3) Será obligación de la procuraduría registrarlos.
- 4) Los contratos deberán pasar el procedimiento que marca la ley antes de su utilización.

3.5. Normas Oficiales.

Las Normas emitidas por la Secretaría de Economía contienen la información, requisitos, especificaciones y metodología que, para su comercialización en el país, deben cumplir los productos o servicios a cuyos campos de acción se refieran, esto es que, la legislación aplicable a cargo de dicha dependencia gubernamental, a través de su Dirección General de Normas, regulan el tipo de registro que el proveedor procederá a realizar; en consecuencia entre otras destacan las siguientes:

- **NOM-EM-006-SCFI-1999:** Prácticas Comercial-Sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos Consumidores-Requisitos de información para los contratos de adhesión.
- **NOM-029-SCFI-1998:** Prácticas comerciales-Requisitos informativos para la comercialización del servicio de tiempo compartido.
- **NOM-036-SCFI-2007:** Prácticas comerciales-Requisitos de información en la contratación de servicios funerarios.
- **NOM-037-SCFI-1994:** Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores.

- **NOM-068-SCFI-2000:** Prácticas comerciales-Requisitos de información para la prestación de servicios de reparación y/o mantenimiento de vehículos.
- **NOM-071-SCFI-2008:** Prácticas comerciales-Elementos normativos para la contratación de servicios de atención médica por cobro directo.
- **NOM-085-SCFI-2001:** Prácticas comerciales-Requisitos de información para los servicios de reparación y/o mantenimiento de aparatos electrodomésticos o a base de gas.
- **NOM-111-SCFI-1995:** Prácticas comerciales-Elementos informativos y requisitos para la contratación de servicios para eventos sociales.
- **NOM-117-SCFI-1995:** Lineamientos informativos para la venta de muebles de línea y sobre medida.
- **NOM-122-SCFI-1997:** Prácticas Comerciales-Requisitos de información en la compraventa y consignación de vehículos usados.
- **NOM-125-SCFI-1998:** Prácticas Comerciales-Requisitos mínimos de información para la prestación de servicios de autotransporte de carga.
- **NOM-126-SCFI-1998:** Prácticas comerciales-Requisitos de información para la presentación de servicios fotográficos, de laboratorio fotográfico y de grabación.
- **NOM-130-SCFI-1998:** Requisitos de información para los servicios de remozamiento y mantenimiento de inmuebles y muebles que se encuentren en los mismos.
- **NOM-135-SCFI-1999:** Prácticas Comerciales-Requisitos de información en la venta de materiales para construcción.
- **NOM-136-SCFI-1999:** Prácticas Comerciales-Requisitos de información para la comercialización de paquetes de graduación.
- **NOM-137-SCFI-1999:** Prácticas Comerciales-Requisitos mínimos de información que deben cumplir los prestadores de servicios de formación para el trabajo y capacitación, sin reconocimiento de validez oficial.
- **NOM-143-SCFI-2000:** Prácticas Comerciales-Elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios.

- **NOM-148-SCFI-2001:** Prácticas Comerciales-Elementos normativos para la comercialización de animales de compra-venta o de servicio, y para la prestación de servicios para su cuidado y/o adiestramiento.

Las normas antes señaladas son en consecuencia de aplicación nacional, aunado a que al prestar un servicio o dar un bien existe “la posibilidad de la actuación ilegal, por lo que la Administración Pública hace necesario el establecimiento de medios de control, a fin de evitar la afectación a los derechos de los gobernados”⁸⁰, en este sentido al regular los contratos sujetos a un registro público con validez federal a las Normas expedidas por la autoridad competente es necesario que se aplique a todo contrato de adhesión en caso de no estar previsto por la legislación aplicable, esto es en sí, el caso que nos ocupa en el presente trabajo, determinar y proponer que toda actividad concernida en la celebración del acto jurídico en la relación de consumo entre un particular y un comerciante inherente a la compraventa de bienes o servicios, estén sujetos a una disposición general y homologa de manera obligatoria respecto al registro del contrato de adhesión por parte de los comerciantes ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

⁸⁰ Magistrado Manuel Lucero Espinosa, “Teoría y Práctica de lo Contencioso Administrativo ante el Tribunal Fiscal de la Federación”, Porrúa, 1992, México, p.277.

CAPÍTULO 4

PROCEDIMIENTO LEGAL PARA REGISTRAR UN CONTRATO DE ADHESIÓN ANTE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

4.1. Organigrama Funcional de la Secretaría de Economía.

- I. DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
- II. DIRECCIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN.
- III. JEFE DE UNIDAD DE ASUNTOS JURIDICOS.
- IV. OFICIAL MAYOR.
- V. SECRETARIO PARTICULAR DEL C. SECRETARIO.
- VI. SUBSECRETARIA DE COMERCIO EXTERIOR.
- VII. SUBSECRETARIA DE COMPETITIVIDAD Y NORMATIVIDAD.
- VIII. SUBSECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.
- IX. COORDINACIÓN GENERAL DE DELEGACIONES FEDERALES.
- X. COORDINACIÓN GENERAL DE MINERÍA.
- XI. TITULAR DEL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL CON DEPENDENCIA JERÁRQUICA Y FUNCIONAL DE LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.
- XII. COORDINACIÓN DE ASESORES DEL C. SECRETARIO.
- XIII. COORDINACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA NACIONAL DE FINANCIAMIENTO AL MICROEMPRESARIO.
- XIV. DIRECCIÓN GENERAL DE VINCULACIÓN POLÍTICA.

- XV. DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS ECONÓMICOS.
- XVI. DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES INTERINSTITUCIONALES.
- XVII. DIRECCIÓN GENERAL DE VINCULACIÓN CON EL SECTOR COORDINADO.
- XVIII. DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS.
- XIX. DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD.
- XX. DIRECCIÓN DE ÁREA.

4.2. Organigrama Funcional de la Procuraduría Federal del Consumidor:

Actualmente la Procuraduría Federal del Consumidor cuenta con un total de 32 delegaciones y 19 subdelegaciones, lo cual suma un total de 51 oficinas en toda la República Mexicana, el cual se conforma de la manera siguiente:

1. OFICINAS CENTRALES:

La Procuraduría Federal del Consumidor atiende a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores, a través en su edificio sede, en un horario de lunes a viernes de 9:00 a 15:30 horas y con domicilio actual; en dicho recinto se encuentran las áreas laborales siguientes:

- I. OFICINA DEL PROCURADOR.
- II. SUBPROCURADURÍA DE SERVICIOS.
- III. SUBPROCURADURÍA DE VERIFICACIÓN.
- IV. SUBPROCURADURÍA JURÍDICA.
- V. COORDINACIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN.

- VI. COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y DIVULGACIÓN.
- VII. COORDINACIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN.
- VIII. DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
- IX. DIRECCIÓN GENERAL DE DELEGACIONES.
- X. DIRECCIÓN GENERAL DE QUEJAS Y CONCILIACIÓN.
- XI. DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRATOS DE ADHESIÓN, REGISTRO Y AUTOFINANCIAMIENTO.
- XII. DIRECCIÓN GENERAL DE PROCEDIMIENTOS.
- XIII. DIRECCIÓN GENERAL DE VERIFICACIÓN Y VIGILANCIA.
- XIV. DIRECCIÓN GENERAL DE VERIFICACIÓN DE COMBUSTIBLES.
- XV. LABORATORIO NACIONAL DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.
- XVI. DIRECCIÓN GENERAL JURÍDICA CONSULTIVA.
- XVII. DIRECCIÓN GENERAL DE LO CONTENCIOSO DE RECURSOS.
- XVIII. DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS SOBRE EL CONSUMO.
- XIX. DIRECCIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN.
- XX. DIRECCIÓN GENERAL DE DIFUSIÓN.
- XXI. DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES.
- XXII. DIRECCIÓN GENERAL DE PROGRAMACIÓN, ORGANIZACIÓN Y PRESUPUESTO.
- XXIII. DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS GENERALES.
- XXIV. DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS.

XXV. DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA.

XXVI. DELEGACIONES Y SUBDELEGACIONES.

Al frente de cada una de las referidas unidades administrativas existirá un titular, que será nombrado Subprocurador, Coordinador General, Director General, Delegado y Subdelegado, según corresponda y tendrá las facultades que determinen este Reglamento y el Estatuto Orgánico. La procuraduría también cuenta con los Directores de área, Subdirectores, jefes de departamento, subjefes, jefes de oficina, jefes de sección, jefes de mesa, conciliadores, secretarios arbitrales, abogados resolutores, dictaminadores, verificadores, ejecutores, notificadores, peritos, promotores, instructores, receptores de quejas y demás servidores públicos que determine el Procurador de acuerdo con las disposiciones presupuestales aplicables.

Derivado de los puntos anteriores, y para comprender con mayor detalle se describe a continuación diversas áreas dentro de la Procuraduría Federal del Consumidor consideradas esenciales para la protección de los derechos de las y los consumidores, en las relaciones comerciales encargadas de lograr que estas sean equitativas, para el fortalecimiento de la cultura de consumo responsable y el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios, asegurando certeza, legalidad y seguridad jurídica dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos para la población consumidora.

- **Subprocuradurías:** De manera interna, la Procuraduría Federal del Consumidor se divide en departamentos denominados Subprocuradurías, las cuales son entidades temáticas interrelacionadas cuyo fin es brindar un mejor servicio a los ciudadanos, especializadas de la siguiente manera:
- **Subprocuraduría de Servicios:** La Subprocuraduría de Servicios ofrece asesoría gratuita, recibe y gestiona las quejas y las denuncias de los consumidores; también realiza trámites como supervisar la publicidad que sea engañosa, el registro de números telefónicos para evitar llamadas publicitarias, inicia procedimientos por infracciones a la

Ley, supervisa los procesos de conciliación y el registro o la cancelación de contratos de adhesión de los proveedores.

- **Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia:** La Subprocuraduría de Verificación se encarga de cuidar el cumplimiento de la ley en las relaciones entre proveedores y consumidores, por medio de visitas y operativos de verificación y vigilancia de establecimientos comerciales; asimismo, con el laboratorio evalúa la calidad de distintos productos. De encontrar irregularidades puede imponer sanciones tales como multas, clausuras e incluso la destrucción de productos, también emite alertas para prevenir al consumidor sobre productos o comercios que puedan ser un riesgo.

De acuerdo con el marco jurídico aplicable se verifican los siguientes aspectos:

1. Comerciales: revisa el precio del combustible.
2. Documentales: aprueba el modelo o prototipo de instrumento de medición.
3. Volumétricos: constata físicamente que las cantidades de despacho coincidan con lo solicitado.
4. Electrónicos: supervisa que no haya sido alterada la constitución electrónica del instrumento de medición.
5. De calidad y seguridad: comprueba que no se ponga en riesgo la vida o la salud de los consumidores.

- **Subprocuraduría Jurídica:** La Subprocuraduría Jurídica es responsable de defender los derechos del consumidor mediante la aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor en la República Mexicana. Para llevar a cabo su objetivo, entre otras actividades, trabaja con instancias que son “el organismo o autoridad competente encargada de analizar y determinar sobre actos procesales comprendidos a partir de una acción en juicio y la contestación que se produzca, hasta dictar sentencia definitiva. Seguirá Juicio Formal respecto a una cosa por el término y con las solemnidades establecidas por las leyes, así mismo se considera instancia, la impugnación que se hace

respecto de un argumento jurídico⁸¹, nacionales e internacionales en temas relacionados con el consumo y realiza acciones de grupo en contra de empresas que lesionan los derechos e intereses de los consumidores. A través del marco jurídico y normativo y asuntos internacionales ofrece al consumidor y al proveedor información legal en la materia.

- Coordinación General de Educación y Divulgación: La Coordinación General de Educación y Divulgación se encarga de fomentar una cultura de consumo inteligente y responsable por medio de la difusión y la enseñanza para que los ciudadanos estén informados.

Para cumplir con su objetivo, la coordinación crea productos informativos que promueven los derechos de los consumidores y los pasos del consumo inteligente; asimismo, lleva a cabo acciones preventivas como la educación, la organización y la capacitación de consumidores.

- Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor. El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se dedica a elaborar estudios de calidad de productos de consumo generalizado y de impacto en la nutrición, seguridad y economía. Con esta información, el consumidor puede hacer mejores elecciones de compra, ya que en los estudios se evalúan distintos productos y se constata que cumplan con los requerimientos establecidos para considerarse seguros, que proporcionen información veraz, que no sean un riesgo para la salud y que contengan la cantidad e ingredientes que ostentan, entre otras variables. Además, el Laboratorio de la Procuraduría Federal del Consumidor está a la vanguardia en su género y se encuentra certificado en la norma NMX-ISO-9000-2000 y acreditado en la NMX-ISO-17025-2005, estándares que dan validez internacional a los resultados de sus análisis.

⁸¹ Instituto de Investigaciones Jurídicas, "Diccionario Jurídico Mexicano", Porrúa, 1994, México, p. 1744.

- **Coordinación General de Administración:** Es la responsable de administrar los recursos humanos, materiales, financieros e informáticos, a través del establecimiento y aplicación de normas, criterios, sistemas y procedimientos, así como herramientas metodológicas, a fin de que las Unidades Administrativas cuenten con los recursos, la organización y la tecnología necesaria, para el desempeño de las funciones encomendadas.
- **Subprocuraduría en materia de Telecomunicaciones:** Aunque no se ha definido con exactitud el nombre que llevará este nuevo componente de la Procuraduría Federal del Consumidor, lo cierto es que por disposición expresa del artículo vigésimo primero transitorio de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, se prevé la creación de una unidad administrativa con nivel no inferior al de una Subprocuraduría, que se encargara de velar por los derechos de los consumidores en materia de telecomunicaciones.

2. Delegaciones y Subdelegaciones.

La Procuraduría Federal del Consumidor de igual manera atiende a los consumidores de todo el país a través de delegaciones y subdelegaciones en los estados, de lunes a viernes de 9:00 a 15:30 horas. Los servidores públicos adscritos a las delegaciones, conforme a su competencia, podrán ejercer sus atribuciones en forma concurrente en la circunscripción territorial de las delegaciones circunvecinas, conforme a los lineamientos que mediante acuerdos expida el procurador y que publique en el Diario oficial de la Federación. La denominación y sede de las delegaciones y subdelegaciones con que cuenta la procuraduría, son las siguientes:

I Estado: Aguascalientes.

Delegación Aguascalientes, con sede en la Ciudad de Aguascalientes.

II Estado: Baja California.

Delegación Baja California, con sede en la Ciudad de Tijuana, y Subdelegación Mexicali, con sede en la Ciudad de Mexicali.

III Estado: Baja California Sur.

Delegación Baja California Sur, con sede en la Ciudad de la Paz, y Subdelegación en Comondú, con sede en Ciudad Constitución.

IV Estado: Campeche.

Delegación Campeche, con sede en la Ciudad de Campeche y Subdelegación Carmen, con sede en Ciudad del Carmen.

V Estado: Coahuila.

Delegación Coahuila, con sede en la Ciudad de Saltillo, y Subdelegación Torreón, con sede en la Ciudad de Torreón.

VI Estado: Colima.

Con sede en la ciudad de Colima, y Subdelegación Manzanillo, sede en la Ciudad de Manzanillo.

VII Estado: Chiapas.

Delegación Chiapas con sede en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

VIII Estado: Chihuahua.

Delegación Chihuahua, con sede en Ciudad Juárez y, Subdelegación Chihuahua.

IX Estado: Durango.

Delegación Durango, con sede en la Ciudad de Victoria de Durango.

X Estado: Guanajuato.

Sede en la Ciudad de León de los Aldama.

Subdelegación Irapuato, con sede en la Ciudad de Irapuato.

XI Estado: Guerrero.

Delegación Guerrero, con sede en la Ciudad de Acapulco de Juárez.

XII Estado: Hidalgo.

Delegación Hidalgo, con sede en la Ciudad de Pachuca de Soto.

XIII Estado: Jalisco.

Delegación Jalisco con sede en la Ciudad de Guadalajara.

XIV Estado: Estado de México.

Delegación Toluca, con sede en la Ciudad de Toluca de Lerdo.

Delegación Naucalpan, con sede en la Ciudad de Naucalpan de Juárez.

Delegación Nezahualcóyotl, con sede en la Ciudad de Nezahualcóyotl.

Delegación Tlalnepantla, con sede en la Ciudad de Tlalnepantla.

Subdelegación Ecatepec, con sede en la Ciudad de Ecatepec de Morelos.

XV Estado: Michoacán.

Delegación Michoacán, con sede en la Ciudad de Morelia.

XVI Estado: Morelos.

Sede en la Ciudad de Cuernavaca.

XVII Estado: Nayarit.

Sede en la Ciudad de Tepic.

XVIII Estado: Nuevo León.

Sede en la Ciudad de Monterrey.

XIX Estado: Oaxaca.

Delegación Oaxaca, con sede en la Ciudad de Oaxaca de Juárez.

XX Estado: Puebla.

Delegación Puebla, con sede en la Ciudad de la Heroica Puebla de Zaragoza.

XXI Estado: Querétaro.

Delegación con sede en la Ciudad de Santiago de Querétaro.

Subdelegación San Juan del Rio, con sede en la Ciudad de San Juan del Rio.

XXII Estado: Quintana Roo.

Delegación Quintana Roo, con sede en la Ciudad de Cancún, y

Subdelegación Chetumal, con sede en la Ciudad de Chetumal.

XXIII Estado: San Luis Potosí.

Delegación San Luis Potosí, con sede en la Ciudad de San Luis Potosí.

XXIV Estado: Sinaloa.

Delegación Sinaloa, con sede en la Ciudad de Culiacán de Rosales.

XXV Estado: Sonora.

Delegación Sonora, con sede en la Ciudad de Hermosillo, y Subdelegación.

Ciudad Obregón, con sede en la Ciudad de Obregón.

XXVI Estado: Tabasco.

Delegación Tabasco, con sede en la Ciudad de Villahermosa.

XXVII Estado: Tamaulipas.

Delegación Tamaulipas, con sede en Ciudad Victoria.

Subdelegación Reynosa, con sede en la Ciudad de Reynosa.

Subdelegación Tampico, con sede en la Ciudad de Tampico.

Subdelegación Matamoros, con sede en la Ciudad Heroica de Matamoros y

Subdelegación Nuevo Laredo, con sede en la Ciudad de Nuevo Laredo.

XXVIII Estado: Tlaxcala.

Delegación Tlaxcala, con sede en la Ciudad de Tlaxcala de Xicotencatl.

XXIX Estado: Veracruz.

Delegación Veracruz, con sede en el territorio de cualquier de las Ciudades de Veracruz y Boca del Río.

Subdelegación Xalapa, con sede en la Ciudad de Xalapa Enríquez.

Subdelegación Coatzacoalcos, con sede en la Ciudad de Coatzacoalcos.

Subdelegación Poza Rica, con sede en la Ciudad de Poza Rica de Hidalgo.

XXX Estado: Yucatán.

Delegación Yucatán, con sede en la Ciudad de Mérida.

XXXI Estado de Zacatecas.

Sede en la Ciudad de Zacatecas:

Delegación en la Ciudad de Zacatecas.

XXXII Distrito Federal.

Delegación Norte, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Azcapotzalco y Gustavo A. Madero.

Delegación Sur, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan y Xochimilco.

Delegación Centro, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Benito Juárez, Coyoacán y Cuauhtémoc.

Delegación Poniente, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Álvaro Obregón, Cuajimalpa de Morelos, la Magdalena Contreras y Miguel Hidalgo.

Delegación Oriente, con sede en el territorio de cualquiera de las Delegaciones Políticas de Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza.

En algunas zonas también hay unidades de servicio denominadas: “módulos” en estas, se brinda orientación y se reciben quejas, remitiéndolas a cualquier delegación o subdelegación que jurídicamente por territorio les corresponda asimismo informan cuales son las unidades aledañas en caso de requerir apoyo más amplio. La Procuraduría Federal del Consumidor cuenta con diversas formas de comunicación al posicionarse como una Institución cercana a la gente, efectiva en la protección y defensa de las personas consumidoras, reconocida por su estricto apego a la ley, con capacidad de

fomentar la igualdad, y la educación para un consumo responsable por lo que, resultan ser diversas las maneras de intermediación y comunicación con los consumidores, desde forma presencial hasta por medios electrónicos y telefónicos, puntualizados de la manera siguiente:

- A. Presencial: Contacto Ciudadano se ubica en el anexo al edificio sede de la Procuraduría, en Av. José Vasconcelos No. 202, Col. Condesa, C P 06140, México, DF. El horario de atención es continuo, de 9:00 a 18:00 horas, de lunes a viernes.
- B. Vía Telefónica: El Teléfono del Consumidor es el 5568 8722 para el DF y área metropolitana y el 01 800 468 8722, larga distancia sin costo desde el resto del país. El horario de atención es de 9:00 a 19:00 horas de lunes a viernes y de 10:00 a 18:00 horas los fines de semana y días festivos.
- C. Mail: Se puede enviar un correo electrónico a la sección de denuncias de la Procuraduría Federal del Consumidor.
- D. Chat: Por medio de su sitio se permite interactuar con un asesor vía chat o llamada para aclarar dudas o realizar denuncias.
- E. Redes Sociales: La Procuraduría Federal del Consumidor cuenta con perfiles activos en las redes sociales como: YouTube, Facebook y Twitter.

4.3. Procedimiento de Solicitud de Registro de los Contratos de Adhesión.

Los Contratos de Adhesión presentan condiciones particulares, pues son documentos elaborados unilateralmente por los proveedores, asimismo para Fried **denomina este hecho jurídico como** "el principio de la promesa, que quiere decir la **voluntad obligándose a sí misma**"⁸². En términos kantianos la voluntad obligándose a, sin que los consumidores tengan la opción de negociar sus términos y condiciones, como ya se ha establecido a lo largo de esta investigación. Por ello, su revisión y análisis por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor son fundamentales para evitar que contengan cláusulas que atenten contra los derechos de los consumidores: El registro de dichos

⁸² Chaerin Fried, "La obligación contractual, el contrato promesa", Jurídica de Chile, 1996, Santiago, p. 34.

documentos puede ser voluntario u obligatorio si alguna Norma Oficial Mexicana (NOM's) o Norma Mexicana (NMx) así lo estipule.

La figura de los contratos de adhesión se presenta como algo opuesta a los proporcionales. Más que hablarse de "contratos de Adhesión" corresponde hacerlo de "contratos por adhesión", ya que cualquier contrato típico o atípico puede revestir esta característica, es decir, ser concluido en las circunstancias que lo definen. En esto se parecen los contratos por adhesión a las figuras de las "condiciones generales", y de los "contratos tipo", pues unos u otros no son nuevos tipos de contratos, sino aspectos que puede revestir cualquier contratación. Pero nos parece que hay esta diferencia: las condiciones generales y los contratos tipos atañen al procedimiento de contratar, en tanto que los contratos de adhesión a las circunstancias en que se contrata. "Naturalmente que los contratos por adhesión, pueden también concluirse (y generalmente así lo son) por el procedimiento de las condiciones generales y de los contratos tipo, y entonces adquieren la máxima peligrosidad, pero la posibilidad de que ello no acontezca basta para separarlos conceptualmente"⁸³. En este sentido, la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, a través de la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento se encarga de registrar, negar o dictaminar los modelos de contrato de adhesión obligatorios y voluntarios, de los proveedores que comercializan bienes o servicios de consumo, protegiendo la actividad comercial en sociedad.

4.3.1. Medios y Requisitos para Presentar la Solicitud de Registro.

Los proveedores podrán ingresar el trámite de Solicitud de Registro ante la Procuraduría Federal del Consumidor, a través de los siguientes medios:

4.3.1.1. Tramite Personal:

Para iniciar un trámite personal ante la Procuraduría Federal del Consumidor a través del Registro Público de Contratos de Adhesión, los proveedores deberán exhibir la documentación de manera presencial en Delegaciones o Subdelegaciones de la

⁸³ Fernando Lopez de Zavala, "Teoría de los Contratos", Genoveva, 1984, México, p. 79.

Procuraduría, en un horario de atención de 9 a 15 horas, en días hábiles, mismos que deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Solicitud requisitada de aviso de adopción, de revisión, modificación y/o registro, o de baja de un contrato de adhesión.
2. Recibo de pago del trámite, una vez realizado a través de alguno de los medios establecidos por la Procuraduría; excepto en el trámite gratuito de baja de un contrato de adhesión. Los proveedores para realizar cualquier trámite, exceptuando el de baja de su registro, deberán hacer el pago por concepto de Derechos de \$808.67 M.N correspondiente a través de cualquiera de los siguientes medios:
 - Pago en ventanilla. Cuando la línea de captura le sea generada en la Delegación, Subdelegación o en línea, el proveedor acudirá a la institución bancaria señalada para tales efectos, dentro del plazo señalado como fecha límite de pago.
 - Pago en línea. Generada la línea de captura, el proveedor podrá realizar el pago por los medios establecidos para tal efecto, a través del módulo de multipagos contenido en el portal de la Procuraduría: www.profeco.gob.mx, dentro del plazo señalado como fecha límite de pago.
3. Acreditación de personalidad e identificación oficial de la persona que promueve el trámite.
4. Si se trata de personas físicas, cuando el trámite se realice a través de un tercero no acreditado ante la Procuraduría, deberá presentarse copia de la identificación oficial del proveedor, del apoderado y carta poder firmada ante dos testigos. En el caso de personas morales, se deberá presentar acta constitutiva y poder notarial para representarla, así como copia de la identificación oficial del representante legal.
5. Cédula de identificación fiscal, para expedición de comprobante fiscal.
6. Modelo de contrato contenido en un medio de comunicación electrónica y, en el caso del trámite electrónico, modelo de contrato electrónico; excepto en los casos de adopción o de baja de un contrato de adhesión.

7. La que adicionalmente señalen la Ley, las NOM's y demás ordenamientos aplicables.

Los requisitos antes señalados, presentados a través de los medios establecidos por la Procuraduría, se deberán exhibir de la siguiente manera:

- En Original o Copia Certificada, lo cual se hará constar en la solicitud, devolviéndose en el mismo acto la documentación al proveedor, salvo indicación en contrario contenida en la Ley, las NOM's y demás ordenamientos aplicables.
- En el caso del trámite electrónico, la misma documentación referida en la fracción anterior, será cargada en el portal en línea a través del o los archivos electrónicos que la contengan.
- En ambos casos, su contenido deberá ser legible a simple vista y no podrá contener borraduras, tachaduras, enmendaduras o alteraciones.

4.3.1.2. Trámite Electrónico.

La Procuraduría Federal del Consumidor cuenta con la opción de realizar la Solicitud de Registro del Contrato de Adhesión en Línea, esta se realiza a través del portal en línea, mismo que esta disponible las 24 horas, los 365 días del año; en el cual el proveedor debe seguir los siguientes lineamientos:

1. Ingresar mediante un nombre de usuario y contraseña válidos.

El Registro de Contratos de Adhesión en Línea (RCAL) es un sitio seguro en el que los Proveedores y/o Entidades Comerciales de manera rápida y sencilla podrán solicitar el registro de su Contrato de Adhesión, para lo cual debe obtener un nombre de usuario, así como una contraseña válida para ingresar. El nombre de usuario y contraseña son la firma electrónica que lo identifican como usuario del RCAL.

2. Identificarse.

Si es nuevo usuario del RCAL, el sistema le hará llegar a la dirección de correo proporcionada, un correo electrónico de pre-registró a través del cual continuará con su

registro, esto para acreditar la validez del correo. Una vez que el correo electrónico lo direcciona al portal del RCAL, y con la finalidad de acreditar el interés y la personalidad del solicitante, es necesario identificarse, es decir, como constancia de ingreso se le remitirá un correo electrónico en el cual el proveedor deberá acreditar los datos siguientes:

- A. Nombre, denominación o razón social del proveedor y, en su caso, el de su representante.
- B. Nombre de la Procuraduría, así como de la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento.
- C. Denominación del trámite electrónico.
- D. Acuse de recibo electrónico.
- E. En su caso, cuando así sean solicitadas, la clave de usuario y contraseña.
- F. Caracteres de autenticidad del acuse de recibo electrónico.

La información y los documentos electrónicos relacionados con la acreditación de personalidad sólo serán solicitados cuando se crea un nuevo usuario y contraseña, por lo que al ingresar con el mismo usuario no será necesario cargarlos de nuevo. En este sentido, el proveedor a través del portal, será titular de claves de usuario y contraseña, el cual será responsable de su uso, y le serán aplicables para el acceso o recepción de las notificaciones, la consulta del trámite en línea y el envío o actualización de información mediante el Registro en Línea.

3. Captura de solicitud.

Posteriormente, y para solicitar el registro del contrato de adhesión, deberá dar abrir la pestaña denominada como: "PROVEEDORES" y a continuación elegir "CATÁLOGO DE CA", donde podrá adquirir los contratos que deseé de acuerdo a las naturalezas que aparecen en el catálogo, siguiendo los pasos que ahí aparecen.

4. Pago y Documentación requerida.

Es muy importante contar con las versiones electrónicas de los documentos requeridos en un tamaño no mayor a 10 MB, en formato electrónico doc, jpg, jpeg, gif, pdf

o tiff. En este sentido, deberá adjuntar los siguientes documentos:

- Recibo de pago del trámite, una vez realizado a través de alguno de los medios establecidos por la Procuraduría (se puede generar la línea de captura y acudir a pagar al banco indicado en esta misma, en caso contrario se puede realizar el pago a través de Multipagos, por lo que no es necesario adjuntar el recibo en el portal).
- Cédula de identificación fiscal: para expedición de comprobante fiscal.
- Modelo de Contrato de Adhesión de manera electrónica (en formato Word), excepto en los casos de adopción de contratos Tipo Profeco.
- Acreditación de personalidad e identificación oficial de la persona que promueve el trámite. (Si se trata de personas físicas, cuando el trámite se realiza a través de un tercero no acreditado ante la Procuraduría, se debe presentar copia de la identificación oficial del proveedor, del apoderado y carta poder firmada ante dos testigos. En el caso de personas morales, se debe presentar acta constitutiva y poder notarial para representarla, así como copia de la identificación oficial del representante legal).

5. Respuesta de la Procuraduría Federal del Consumidor.

La Procuraduría podrá dirigir las actuaciones electrónicas que realice, a la dirección de correo electrónico que el proveedor designe para tal efecto, serán las siguientes:

- Cualquier actuación que conforme a la Ley o demás ordenamientos aplicables deban notificarse en forma personal, se deberán realizar a través de la cronología del trámite contenida en el portal.
- Se enviará a la dirección de correo electrónico del proveedor, un aviso informándole que se ha dictado una actuación en su trámite electrónico, misma que estará disponible en la cronología del trámite a través del enlace del Registro en Línea, registrándose la fecha y hora en que se efectúe el envío señalado.
- Se tendrá como legalmente practicada la notificación de cualquier actuación electrónica, conforme a lo señalado en este capítulo, cuando el sistema del Registro en Línea remita el correo electrónico informando de la actuación dictada y ésta se

encuentre disponible en la cronología del trámite. Dichas actuaciones deberán contar con la firma electrónica del funcionario facultado para tales efectos.

A través del portal, el proveedor podrá consultar, previo acceso mediante usuario y contraseña, la siguiente información:

1. Los nombres y cargos de los funcionarios con atribuciones para firmar electrónicamente, las actuaciones relativas a los trámites ante el Registro.
2. Las actuaciones electrónicas correspondientes al trámite iniciado.
3. El contenido de las notificaciones, citatorios, emplazamientos, requerimientos o solicitudes de información o documentación, así como las resoluciones relativas al trámite iniciado.

Cualquier dato o información proporcionados por los proveedores en línea, para ser modificados, se deberán llevar a cabo a través del portal, previo acceso con la clave de usuario y contraseña. Una vez recibida a través del Registro en Línea cualquier promoción de los proveedores, éste emitirá el acuse de recibo electrónico correspondiente, señalando la fecha y la hora de recibido. Las promociones enviadas o remitidas a través de esta modalidad en días inhábiles se tendrán por recibidas al día hábil siguiente.

4.3.2. Término de Resolución por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor.

- **En caso de registro obligatorio:** De conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor y/o las Normas Oficiales Mexicanas, se emitirá resolución dentro de los 30 días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.
- **En caso de registro voluntario:** La Procuraduría Federal del Consumidor cuenta hasta con tres meses para emitir la resolución correspondiente. En este contexto a través del correo electrónico el proveedor recibirá todo tipo de notificaciones, citatorios, emplazamientos, requerimientos, solicitudes de información o documentos y resoluciones, surtiendo efectos legales al momento de su notificación.

4.3.2. Análisis Jurídico y Resolución del Contrato de Adhesión.

4.3.3.1 Dictamen.

Es la herramienta mediante la cual, la Procuraduría Federal del Consumidor se apoya, para requerirle a los proveedores la corrección o supresión de ciertas cláusulas y contenido que resulte conseguir ser lesivo o abusivo en las relaciones de consumo con los consumidores y brindar certeza jurídica entre las partes; lo que hace peligroso al contrato de adhesión es la existencia de cláusulas abusivas. Qué sea una cláusula abusiva es algo que se discute, esto es en líneas gruesas, el tipo de cláusula que puede ser definida como **aquella que es "notablemente desfavorable para el adherente"**⁸⁴. Por regla general resultarán notablemente desfavorables aquellas cláusulas que, sin haberse negociado, causan la quebrantes del consumidor un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes que se derivan del contrato.

En el caso de que la Procuraduría Federal del Consumidor, formule un Dictamen, el proveedor deberá dar contestación, a dicha herramienta jurídica en un término que no excederá los 15 días naturales a partir de haberse notificado el mismo, atendiendo los requerimientos de la Procuraduría, quien valorará si procede resolver al registro del contrato o a la negativa de la solicitud de registro, la falta de contestación del dictamen o su contestación fuera del término otorgado, tendrá por consecuencia la negativa del mismo, esto de conformidad con la legislación aplicable, por lo que se desarrolla de la siguiente manera:

- 1) En el caso de que a la solicitud presentada le falte alguno de los documentos mencionados con anterioridad la autoridad manda oficios de requerimiento al solicitante, señalando los documentos que debe presentar.
- 2) En caso contrario a lo anterior, a la solicitud presentada por el proveedor, se determina sobre el tramite si es procedente o no, derivado de un análisis jurídico de

⁸⁴ Jhon Rezzónico, "Contratos con Cláusulas Predispuestas", Astrea, 1987, Buenos Aires, p. 57.

fondo y de forma por los Servidores Públicos competentes pertenecientes a dicho organismo, en el supuesto de cumplir con la legislación aplicable se emite el registro, de lo contrario la autoridad le dicta un oficio requiriéndole al proveedor presentar su modelo de contrato con las adecuaciones señaladas en dicha herramienta jurídica.

Este dictamen es notificado al solicitante a efecto de que haga las modificaciones señaladas al contrato estudiado o en su defecto manifieste lo que a su derecho corresponda respecto de las observaciones de la autoridad contenidas en el mismo, apercibiéndole que en caso de incumplimiento de desechará el trámite como registro negado.

4.3.3.2. Registro.

Se otorga cuando el modelo de contrato de adhesión en el Registro, cuando cumpla con la normatividad aplicable. Esto es que los modelos de los contratos, una vez aprobados deberán ser inscritos en el Registro Público de Contratos de Adhesión que llevara la Procuraduría Federal del Consumidor.

4.3.3.3. Negativa.

Se procede a negar la inscripción y registro de un modelo de contrato de adhesión en el Registro, cuando aquél incumpla total o parcialmente la normatividad aplicable.

Cabe señalar que tratándose de contratos de adhesión de registro voluntario ante la Procuraduría, si al término del plazo máximo de respuesta (tres meses) la Institución no ha respondido, se entenderá que la solicitud fue resuelta en sentido negativo, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

4.3.4. Afirmativa Ficta.

De una lectura y análisis al artículo 87 de la LFPC parece desprenderse la obligación de la Procuraduría de registrar de inmediato y de manera automática aquel modelo de contrato de adhesión del que no se emita una resolución en el término de los treinta días. Si ese fuera el caso, el riesgo es que se registre un modelo de contrato de

adhesión que sea contrario a los intereses de los consumidores por contener cláusulas desproporcionadas o abusivas, lo que implicaría ir en contra del propósito de la Ley de promover y procurar relaciones de consumo equitativas (artículo 1º de la Ley).

De lo anterior, en base a lo estipulado en el artículo 87, a la letra dice:

(...)

En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

*Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se **entenderán** aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro.*

(...)

Por lo que, la expresión “se entenderán aprobados” implica la presunción legal de que el modelo de contrato de adhesión sea aprobado de no haber resolución en el plazo legal. Es importante señalar que no se trata de una presunción iure et de iure (absoluta o de pleno derecho), sino de una presunción iuris tantum (relativa o sujeta a prueba en contrario). En virtud de que en el primer caso, el mero transcurso del plazo implicaría que el proveedor está legitimado para utilizar sin mayor formalidad el modelo de contrato de adhesión. Sin embargo, dado que se debe acreditar la emisión de la resolución correspondiente y de que la Ley y en su caso las normas oficiales mexicanas establecen que en los modelos de contrato de adhesión se debe incluir el número de registro otorgado por la Procuraduría, se concluye que se trata de una presunción iuris tantum. Lo que se traduce en que no se trata de una obligación per se a cargo de la Procuraduría de realizar el registro.

En este contexto, la mera promoción del proveedor de la afirmativa ficta no trae como consecuencia una respuesta de la Procuraduría de registrar el modelo de contrato de adhesión, por lo que es oportuno que la propia Procuraduría se pronuncie sobre el clausulado del modelo de contrato de adhesión. Al respecto, es válido aplicar el criterio jurisprudencial que más adelante se transcribe de que al transcurrir el plazo legal se entiende que el proveedor se encuentra autorizado para utilizar el modelo de contrato de adhesión, siempre que no haya omitido los datos y requisitos de la Ley. La Suprema Corte de Justicia de la Nación precisa que no se pueden otorgar más prerrogativas a los

proveedores en su trato con las autoridades. En tal medida, aún transcurrido el plazo legal, ante una promoción de afirmativa ficta, la Procuraduría debe analizar el modelo de contrato de adhesión antes de proceder a su registro. No se cuestiona la procedencia del derecho a la afirmativa ficta que hace valer el proveedor, sino que debe prevalecer la obligación de la Procuraduría de cotejar que el contenido del modelo de contrato de adhesión se ajuste a lo previsto en la Ley, para en su caso, proceder al registro.

Para sustentar el argumento hay que distinguir los intereses jurídicos en juego en torno a la afirmativa ficta. Por un lado se encuentra el derecho a favor de los proveedores y, por otro, el interés general de los consumidores. Es claro que debe prevalecer el interés colectivo, máxime que la Procuraduría tiene la obligación de resolver en función del principio de igualdad jurídica mediante cláusulas contractuales equitativas.

En este sentido, ante la promoción en la cual solicita que opere la afirmativa ficta, la Procuraduría resolverá cual sea el caso, con la aprobación o con la negativa de registro o la prevención de corregir aspectos del modelo de adhesión que no cumplan con la Ley o en su caso la norma correspondiente, sin que por ello se pretenda desconocer el derecho a la afirmativa ficta, tomando en cuenta los intereses buscan salvaguardar y por el espíritu de búsqueda de un equilibrio en las relaciones de consumo, dado que resultaría de mayor repercusión la negativa del registro de un modelo de contrato de adhesión que contenga cláusulas abusivas y desproporcionadas. Por lo que, se concluye que la afirmativa ficta no es un derecho que opere ipso facto, es decir que su ejercicio por parte del proveedor no produce el registro inmediato y de manera automática del modelo de contrato de adhesión, sino que la Procuraduría requiere analizar su contenido clausular para, en su caso, proceder al registro correspondiente.

Resulta evidente que la figura de la afirmativa ficta prevista en el artículo 87 de la Ley, tiene por objeto que el solicitante del registro de un modelo de contrato de adhesión no se vea afectado ante la falta de respuesta de la Procuraduría, buscando que no sea indefinida la conducta de abstención para resolver por parte de esa Autoridad. Sin embargo, el propósito del legislador es el de brindar seguridad jurídica tanto al proveedor como el consumidor a través de un adecuado equilibrio jurídico, con cláusulas paritarias.

Pensar lo contrario, es decir, que opere la afirmativa ficta por el solo transcurso del plazo establecido en la Ley, implicaría el riesgo de que se registre un modelo de contrato de adhesión que sea lesivo a los intereses de los consumidores, por contener cláusulas desproporcionadas o abusivas, lo que iría en contra del propósito fundamental de la Ley. De lo anterior se concluye que el asunto en que se trate, por su propia naturaleza, no permite tener por aprobado el modelo de contrato de adhesión de exhibido por el promovente, en el supuesto de no cumplir con la condición de reunir todos los requisitos legales antes mencionados; sirve para ilustrar el anterior criterio por analogía la siguiente ejecutoria de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

(...)

“El silencio administrativo previsto por el artículo 121 del cuerpo reglamentario invocado, en forma alguna priva de sus derechos a la parte quejosa, pues si la solicitud de ésta reúne los requisitos que establece el artículo 120 del propio ordenamiento, opera la aprobación ficta con la misma amplitud que cualquier licencia escrita. Luego, es claro que transcurrido el lapso a que se refiere el artículo citado sin que produzca contestación por parte de la autoridad administrativa, debe entenderse que el particular se encuentra autorizado para explotar el giro específico en la solicitud que se presente para tal efecto, siempre que no haya omitido los datos relativos a los requisitos precisados en las fracciones I, II y III del artículo 120. La existencia constitucional que se impone a las autoridades para que funden y motiven sus actos, busca proteger al gobernado de los actos de molestia, pero ello no puede convertirse en obstáculo para que se le otorguen más prerrogativas en su trato con las autoridades, como ocurre con la importante figura del derecho administrativo consistente en la afirmativa ficta y que radica, en esencia, en presumir la existencia de una resolución favorable al solicitante si la autoridad no emite su decisión dentro del término precisado en la Ley aplicable”⁸⁵.

(...)

En la dicha tesis jurisprudencial se precisa que para la procedencia de la afirmativa ficta y su efectiva aplicación, además del silencio de la autoridad, la solicitud debe cumplir los requisitos de los preceptos legales aplicables al caso en concreto. Silencio administrativo y afirmativa ficta, alcance y casos de aplicación en el régimen jurídico mexicano. Hablar del silencio administrativo es hacer referencia a aquella doctrina según la cual, el legislador le da un valor concreto a la inactividad, inercia o pasividad de la administración frente a la solicitud de un particular, haciendo presumir la existencia de una

⁸⁵ Novena Época. Instancia: SEGUNDA SALA Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su gaceta. Parte I, Junio de 1995, p. 230 Amparo directo en revisión con facultad de atracción 1698/94. Ulianova Pérez Gutiérrez 28 abril de 1995. Cinco votos, Ponente: Mariano Azuela Huitron, Secretario: Francisco J. Sandoval López. Semanario Judicial Novena Época. Tomo I 1995. Administrativo, p. 230.

decisión administrativa, algunas veces en sentido negativo y otras en sentido afirmativo. En nuestro régimen federal, la doctrina del silencio administrativo ha encontrado su principal aplicación en la figura de la negativa ficta, regulada en el artículo 37 del Código Fiscal de la Federación, y aplicable en general a todas las solicitudes presentadas ante las autoridades fiscales que no hayan sido resueltas en el plazo de cuatro meses. Por el contrario, la teoría del silencio administrativo y especialmente su versión en sentido afirmativo, conocida en nuestro medio como afirmativa ficta por asimilación a la expresión utilizada en el Código Fiscal, no ha encontrado una franca recepción en la legislación administrativa federal, pues a la fecha no existe ningún precepto en donde se le recoja como regla general aplicable a todos los casos de solicitudes o expedientes instruidos por los órganos públicos a petición de los particulares. Propiamente las aplicaciones del silencio. Son dos básicamente los supuestos regulados. El primero se configura en las relaciones de control entre los órganos de la administración, sea de carácter Inter-orgánico, órganos de una misma dependencia, o de carácter inter-administrativo, órganos descentralizados con centralizados, en relación con la Junta de Gobierno de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros (JGCNBS). En este sentido, siempre que sea regular el acto revisado, resultará innecesario el pronunciamiento expreso del órgano controlador, lo cual demuestra plenamente la utilidad de la afirmativa ficta.

(...)

“La adopción de la afirmativa ficta en este supuesto obedece a que la concurrencia de la administración a través de una manifestación expresa de su voluntad, sólo se hace necesaria cuando el acto del particular no es conforme a derecho. Así, la labor del Órgano Público se traduce simplemente en una prohibición, misma que impide el acto sometido a aprobación surtir efectos cuando contraría el ordenamiento legal”⁸⁶.

(...)

⁸⁶ Octava Época, Instancia: TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Fuente: Semanario Judicial de la Federación, Tomo I, Segunda Parte, Enero a Junio de 1988, Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Adriana Leticia Campuzano Gallegos.

4.3.5. Modificaciones al Contrato Registrado en el Registro Público de Contratos de Adhesión (RPCA).

Para cualquier modificación de las obligaciones o condiciones establecidas en un contrato registrado ante la Procuraduría, será indispensable que el proveedor solicite el trámite de revisión, modificación y/o registro ante la misma, la que, en caso de aprobarlo, lo registrará como un nuevo contrato y se le asignarán nuevos datos de registro resultando, por consecuencia, la baja del registro anterior, haciendo la Procuraduría del conocimiento de los consumidores dicha información, a través de los medios disponibles para tal efecto.

PROPUESTA

ANÁLISIS DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

En la Ley Federal de Protección al consumidor es en el Artículo 87, en donde se indican los requisitos para el registro de contratos de adhesión que lo requieran, para lo cual se ilustra con la cita de mencionado artículo:

Artículo 87. En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitara a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de la presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo sin haber emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran registro ante la Procuraduría, la cual se tramitara en los términos antes señalados.

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las Normas Oficiales Mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquellos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

MOTIVACIÓN PARA REFORMAR EL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

Tomando en consideración que dentro de los fines de la Ley Federal de Protección al Consumidor está el bienestar común de la población a través de la administración Pública Federal, que interviene para coordinar la actividad económica de los particulares a efecto de que no resulte desorbitante dicha actividad protegiendo a quien se encuentra en desventaja por medio de organismos descentralizados de servicio social, con personalidad jurídica y patrimonio con funciones de autoridad administrativa, como lo es la Procuraduría Federal del Consumidor. Si bien es cierto que, se regulan los contratos de adhesión en su parcialidad, también lo es que, no en su totalidad, y la consecuencia de esto es que exista

abuso en diversas relaciones de consumo de las que un sinnúmero de particulares sufren a causa de esta situación.

PROPUESTA DE REFORMA DEL ARTÍCULO 87 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN A CONSUMIDOR.

Se propone definir en los objetivos de la Ley, a fin de dejar claro los propósitos que sus disposiciones buscan alcanzar, siendo estos el de establecer los mecanismos de coordinación entre los distintos sujetos obligados, que en este sentido, se propone que, todo Contrato de Adhesión celebrado dentro del territorio nacional que, utilicen los Comerciantes en los actos que celebren con los consumidores, deba ser regulado y registrado por la Procuraduría Federal del Consumidor, asimismo dar un plazo o termino de vigencia al momento de dar la autorización de dichos contratos de adhesión.

Derivado del presente trabajo, la reforma propuesta por esta vía, sirva la autoridad competente en la materia a determinar procedente de un análisis que dicha propuesta sea revisada y aprobada, por lo que se pretende que, quede asentada de la manera siguiente, toda vez que, en su artículo 87 dice:

(...)

ARTÍCULO 87.- En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro.

Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquéllos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

Se pretende que deba decir:

ARTÍCULO 87.- Todo contrato de adhesión que sea utilizado para las relaciones de consumo que celebren los proveedores con los consumidores, deberán presentarlos ante la Procuraduría Federal del Consumidor antes de su utilización y ésta, determinará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquéllos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

Como consecuencia para complementar mi propuesta se deberá derogar el artículo 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que este artículo de forma general manifiesta que los Contratos de Adhesión que realizan para sus actividades comerciales podrán inscribirlos de forma voluntaria ante la Procuraduría, entendiéndose esta última como la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor. Por último también tendría que derogarse las Normas Mexicanas, tomando en consideración que estas deben de realizarse de forma voluntaria, lo que es totalmente opuesto a las Normas Oficiales Mexicanas, que en estas se deben de cumplimentar de forma obligatoria celebrar Contrato de Adhesión. Es así que, el presente proyecto de Ley y reforma que se propone, se trata de un conjunto de disposiciones de observancia general que tienden a incidir válidamente en todos los órdenes jurídicos que integran al Estado Mexicano, y actuar jurídico mismo que pretende garantizar en todo acto a celebrar entre proveedores y consumidores.

CONCLUSIONES

PRIMERA.- El hombre, a sus inicios debió de asociarse con otras personas para poder realizar sus actividades de la forma más fácil. Como consecuencia el hombre por naturaleza no debe de estar aislado de la sociedad.

SEGUNDA.- El ser humano a sus inicios, debía de satisfacer sus necesidades, llegando al extremo de producir un solo producto y como consecuencia lo hacía única y exclusivamente para satisfacer necesidades personales y las de su familia. Sin embargo tenía excedentes de esa producción y tuvo la necesidad de intercambiar esos excedentes con otras personas que tenían la misma problemática y ahí es donde nace lo que conocemos como el famoso ‘‘TRUEQUE’’, que debemos de entender este último, como el intercambio de cosas.

TERCERA.- Las personas después de intercambiar cosas (trueque), se da cuenta que este intercambio podía ir más allá de satisfactor de necesidades personales, pudiendo obtener una ganancia, y aquí es cuando surge la actividad comercial.

CUARTA.- En nuestra sociedad el consumo constituye el sustento de la producción, por lo que existen derechos y obligaciones derivadas de las relaciones de consumo, en virtud de las cuales las normas jurídicas que integran nuestro derecho objetivo, deben garantizar la equidad en las relaciones de consumo.

QUINTA.- En la relaciones de consumo interactúan dos partes, una llamada proveedor que es la persona física o moral, que habitual o periódicamente ofrece distribuye, vende, arrienda concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios a otra persona física o moral denominada consumidor, quien disfruta como destinatario final los bienes, productos o servicios o en su caso es la persona que los utiliza o consume con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación comercialización o prestación de servicios a través de terceros.

SEXTA.- Los proveedores de un bien o servicio tienen obligación hacia los consumidores, los cuales tienen a su vez el derecho de que se les garantice la efectividad y cumplimiento del servicio que están adquiriendo, siendo en nuestro país la Ley Federal de Protección al Consumidor, la encargada de regular los derechos y obligaciones tanto de los consumidores como los proveedores.

SÉPTIMA.- En el año de 1976, se crea en México la primera Ley Federal de Protección al Consumidor y al Instituto Nacional del Consumidor.

OCTAVA.- La Procuraduría Federal del Consumidor, es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, con funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores.

NOVENA.- A efecto de garantizar la equidad y seguridad jurídica entre los consumidores y proveedores, la Procuraduría Federal del Consumidor, tiene tres grandes funciones que son: las preventivas, que consiste en informar y educar para el consumo, en orientar y capacitar al consumidor, así como vigilar las disposiciones legales relacionadas con la publicidad, las garantías, las ventajas, las promociones, las ofertas y el registro de contratos de adhesión con el objeto de proteger los derechos e intereses del consumidor; las conciliatorias que tienen que ver con la resolución de controversias entre proveedores y consumidores; y las correctivas que consisten en mecanismos creados para sancionar conductas indebidas por parte de los proveedores encaminadas a evitar su propagación y reincidencia.

DÉCIMA.- El contrato de adhesión es 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, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato, sujetándose a lo

establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor y a lo establecido en las Normas Oficiales Mexicanas.

DÉCIMA PRIMERA.- En el año de 1988 en una reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 63, se establece por primera vez que los contratos de adhesión deberán ser aprobados por la Procuraduría Federal del Consumidor, definiéndose el procedimiento para su registro ante la Dirección de Contratos de adhesión y establece que una vez aprobados deben ser inscritos en el Registro Público de contratos de adhesión, siendo la Procuraduría Federal del Consumidor competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos.

DÉCIMA SEGUNDA.- La Procuraduría Federal del Consumidor, para el debido cumplimiento de sus funciones cuenta con Delegaciones y Subdelegaciones que se encuentran a lo largo del territorio nacional.

DÉCIMA TERCERA.- De lo anterior se advierte que en la Ley Federal de Protección al Consumidor, se exige a los proveedores la inscripción de los contratos de adhesión antes de ser utilizados, con el fin de vigilar que no contengan cláusulas que lesionen al consumidor por desproporcionadas o abusivas y en el caso de que un contrato de adhesión sea utilizado por un proveedor en perjuicio de un consumidor, este último puede acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor a efecto de exigir su cumplimiento.

DÉCIMA CUARTA.- El procedimiento que se sigue para la aprobación y registro de un contrato de adhesión ante la Dirección de Contratos de Adhesión, de la Procuraduría de Protección al Consumidor, se lleva a cabo en tres pasos: presentando primero una solicitud de registro ante la Procuraduría Federal del Consumidor con los documentos y contrato que se pretende registrar, posteriormente se dictamina dicho contrato, es decir se verifica que cumplan con la Norma Oficial Mexicana según el giro comercial, así como lo establecido en la propia Ley Federal de Protección al Consumidor, una vez hecho esto si

reúne todos los requisitos se aprueba y se manda registrar, lo cual debe suceder en un periodo de treinta días.

DÉCIMA QUINTA.- Como consecuencia la propuesta del presente trabajo de tesis es que se reforme el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor quedando de la siguiente manera: Todo contrato de adhesión que sea utilizado para las relaciones de consumo que celebren los proveedores con los consumidores, deberán presentarlos ante la Procuraduría Federal del Consumidor antes de su utilización y ésta, determinará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

Transcurrido dicho plazo sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro.

Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante la Procuraduría, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

DÉCIMA SEXTA.- Como consecuencia para complementar mi propuesta se deberá derogar el artículo 88 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, ya que este artículo de forma general manifiesta que los Contratos de Adhesión que realizan los proveedores para sus actividades comerciales podrán inscribirlos de forma voluntaria ante la Procuraduría, entendiéndose esta última como la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor. Por último también tendría que derogarse las Normas Mexicanas, tomando en consideración que estas deben de realizarse de forma voluntaria, lo que es totalmente opuesto a las Normas Oficiales Mexicanas, que en estas se deben de cumplimentar de forma obligatoria celebrar Contrato de Adhesión.

BIBLIOGRAFÍA

1. Javier Arce Gargollo, "Contratos Mercantiles Atípicos", Porrúa, 1985, México
2. Felipe de Jesús Tena, "Derecho Mercantil Mexicano", Porrúa, 1999, México
3. Jorge Barrera Graf, "Instituciones de Derecho Mercantil", Porrúa, 1991, México
4. Roberto Mantilla Molina, "Derecho Mercantil", Porrúa, 1996, México
5. Raúl Cervantes Ahumada. "Derecho Mercantil", Porrúa, 2000, México
6. Rafael de Pina Vara, "Derecho Mercantil Mexicano", Porrúa, 1958, México
7. Adam Smith, Compendio de "La Riqueza de las Naciones", Condorcet, 2003, España, p.125
8. Real Academia Española, "Diccionario de la Lengua Española", Barcelona, 2014, España, p.3522
9. Real Academia Española, "Diccionario de la Lengua Española", Barcelona, 2014, España, p.235
10. Prof. Antonio Brunetti, "DERECHO MARITIMO", Barcelona, 1950, España, p. 109.
11. Acuerdo que establece la Organización Mundial del Comercio (OMC) (15 de abril de 1994) <http://www.wipo.int/wipolex/es/profile.jsp?code=WTO>
12. Francisco López de Gómara , " Historia de la conquista de México", Porrúa, 2006, México, p.114
13. César Macazaga y Ordoño, "Vocabulario Esencial mexicano", Porrúa, 2003, México, p.122
14. Manuel de la Puente, "Estudio sobre el Contrato Privado", Labrusa, 1983, México, p. 286
15. Real Academia Española, "Diccionario de la Lengua Española", Barcelona, 1988, España, p. 132
16. Molly Trebilcock, "The Limits of Freedom of Contract", Harvard Press, 1997, Estados Unidos, p. 119

17. Fernando García Sais, "Derecho de los Consumidores a la Información, una Aproximación a la Publicidad Engañosa en México", Porrúa, 2007, México, p. 38 a 47
18. Luis Delgadillo Gutiérrez, "Compendio de Derecho Administrativo", Porrúa, 2005, México, p.262
19. Magistrado Manuel Lucero Espinosa, "Teoría y Práctica de lo Contencioso Administrativo ante el Tribunal Fiscal de la Federación", Porrúa, 1992, México, P.277
20. Francesco Messineo, "Doctrina General del Contrato", Jurídicas Europa- América, 1972, México, p.125
21. Reinhold Zippelius, "Teoría General del Estado", 3ª ed.,1998, México, p. 47
22. Hector Lafaille, "Tratado de Derecho Civil, Contratos ", Ediar, 1949, México, p. 182
23. Instituto de Investigaciones Jurídicas, "Diccionario Jurídico Mexicano", Porrúa, 1994, México, p. 1744
24. Chaein Fried, "La obligación contractual, el contrato promesa", Jurídica de Chile, 1996, Santiago, p. 34
25. Novena Época. Instancia: SEGUNDA SALA Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su gaceta. Parte I, Junio de 1995, p. 230 Amparo directo en revisión con facultad de atracción 1698/94. Ulianova Pérez Gutiérrez 28 abril de 1995. Cinco votos, Ponente: Mariano Azuela Huitron, Secretario: Francisco J. Sandoval López. Semanario Judicial Novena Época. Tomo I 1995. Administrativo, p. 230
26. Octava Época, Instancia: TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.
Fuente: Semanario Judicial de la Federación, Tomo I, Segunda Parte-2, Enero a Junio de 1988, Página: 676
Amparo en revisión 267/88, Eli Lilly y Cía. de México, S.A. de C.V., 9 de marzo de 1988. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Adriana Leticia Campuzano Gallegos.
27. Víctor Castrillón Luna, "Contratos Mercantiles", Porrúa, 2014, México, p.638
28. Rodolfo García García, "Tratado sobre Derecho de Protección al Consumidor", Porrúa, 2005, México, p.885

29. Fernando García Sais, "Derecho de los Consumidores a la Información. Una Aproximación a la Publicidad Engañosa en México", Porrúa, Instituto Tecnológico Autónomo de México, 2007, México, p.138
30. Enrique Guadarrama López, "Contratos de Adhesión y Cláusulas Abusivas. Ámbitos de Consumo Comercial y Financiero", Porrúa, 2014, México, p.370
31. Ernesto Gutiérrez y González, "Derecho de las Obligaciones", Porrúa, 2005, México, p.1237
32. Sara Bialostosky, "Panorama del Derecho Romano", México Universidad Nacional Autónoma de México , 2000, México, pp.139-147
33. Diccionario de la Real Lengua Española, Madrileña, 1988, Madrid, p. 25
34. Instituto de Investigaciones Jurídicas "Diccionario Jurídico Mexicano A-CH", décima primera edición, editorial Porrúa, Universidad Nacional Autónoma de México, 1998, México, p.691
35. Instituto de Investigaciones Jurídicas "Diccionario Jurídico Mexicano A-CH", décima primera edición, editorial Porrúa, Universidad Nacional Autónoma de México, 1998, México, p.247
36. Instituto de Investigaciones Jurídicas "Diccionario Jurídico Mexicano A-CH", décima primera edición, editorial Porrúa, Universidad Nacional Autónoma de México, 1998, México, p.702
37. Ley Federal Sobre Metrología y Normalización.
38. Ley Federal de Protección al Consumidor.

LEGISLACIÓN

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.
- CÓDIGO DE COMERCIO.
- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.
- REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

MESOGRAFÍA

- WWW.AGN.GOB.MX
- WWW.PROFECO.GOB.MX
- WWW.SE.GOB.MX