



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

**DIVISIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES**

**DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**

TESIS

Para obtener el grado académico de
DOCTORA EN DERECHO Y GLOBALIZACIÓN

Presenta:

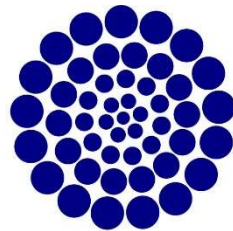
M. en D. Alicia Karelia Arteaga Salgado

Director de Tesis:

Dr. Víctor Manuel Castrillón y Luna
Profesor Investigador de Tiempo Completo SNI II

Cuernavaca, Morelos

Octubre 2022



CONACYT

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

Esta tesis fue realizada con el apoyo de la beca nacional de CONACYT, en el programa educativo de Doctorado en Derecho y Globalización.

*A quienes son la fuente
de mi inspiración y esfuerzo, mi familia.*

ÍNDICE

Introducción.....	4
CAPÍTULO PRIMERO	
GLOBALIZACIÓN Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES	
1.1. Globalización	9
1.1.1. Acotaciones sobre la globalización	9
1.1.2. Globalización económica	12
1.1.3. Globalización tecnológica	16
1.2. Fenómeno del consumo	19
1.3. Derechos de los consumidores	22
1.3.1. Conceptualización del consumidor	24
1.4. Comercio electrónico	32
1.5. Contratación electrónica	39
1.5.1. Principios que tutelan la contratación electrónica	41
1.6. Contratos de adhesión	45
1.7. El derecho del consumo y su conexión con los Derechos Humanos	48
1.8. Resolución alterna de conflictos	53
CAPÍTULO SEGUNDO	
EVOLUCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES	
2.1. Concepciones sobre el neoliberalismo y con perspectiva consumeril.....	58
2.1.1. Transición del liberalismo al neoliberalismo	62
2.1.2. Prioridad por el mercado	69
2.1.3. Estado neoliberal	71
2.2. Historia de la protección de los derechos de los consumidores ...	74
2.3. Posicionamiento de la protección de los consumidores en la agenda de los organismos internacionales	81
2.3.1. Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD)	82
2.3.2. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	84
2.3.3. Organización Mundial del Comercio (OMC).....	86

2.3.4. Otras organizaciones pro consumidor	88
2.4. Nuevas tendencias hacia la tutela del derecho de los consumidores	91
2.5. Protección de los derechos de los consumidores en México	94
2.5.1. Procuraduría Federal del Consumidor	96
2.5.2. Acciones colectivas	100
2.5.2.1. Caso Norteamericano	101
2.5.2.2. Caso Europeo	104
2.5.2.3. Caso Mexicano	107

**CAPÍTULO TERCERO
DERECHO INTERNACIONAL Y DERECHO COMPARADO REGIONAL
EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

3.1. Instrumentos normativos internacionales de protección a los consumidores	112
3.1.1. Directrices para la protección de los consumidores	115
3.1.2. Directrices OCDE, protección consumidores en prácticas transfronterizas, fraudulentas y engañosas	124
3.2. Derecho Internacional	130
3.2.1. Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC)	131
3.3. Derecho comparado regional	137
3.3.1. Foro de protección a favor de los consumidores de la Unión Europea	138
3.3.1.1. Reglamento 593/2008 (Roma I), de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales	138
3.3.1.2. Directiva 2009/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores	144
3.3.1.3. Reglamento 1215/2012 (Bruselas I bis), de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil...	145
3.3.1.4. Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo	147
3.3.2. Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	150

CAPÍTULO CUARTO
FUNDAMENTOS PARA LA TUTELA ELECTRÓNICA INTERNACIONAL
DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LA ERA DIGITAL

4.1.	Los derechos de los consumidores como derechos de tercera generación	157
4.1.1.	Dimensión económica	160
4.1.2.	Dimensión social	161
4.1.3.	Dimensión cultural	163
4.1.4.	Dimensión ambiental	164
4.2.	Dignidad humana como paraguas de la tutela internacional de los derechos de los consumidores	165
4.3.	Garantía de la seguridad jurídica en contraste con la buena fe comercial en la parcela consumeril	169
4.4.	Protección del consumidor vulnerable en la contratación electrónica internacional	174
4.5.	Autorregulación o correulación de las relaciones de consumo en la era digital	179
4.6.	Protección del consumidor en la realidad del COVID-19	182
4.7.	Buena práctica: Sello de confianza	187
4.8.	Opinión de experto	191
	Conclusiones	194
	Propuesta	199
	Fuentes de investigación	204
	Anexo No. 1	222
	Anexo No. 2	231

INTRODUCCIÓN

Todas las personas hemos adquirido un producto o servicio en algún momento de nuestras vidas, esto nos incrusta en la dinámica del consumo, encaminada hacia la satisfacción de las necesidades básicas y de desarrollo integral en sociedad. En el contexto actual, el comercio internacional se ha acrecentado en todo el globo terráqueo bajo un modelo económico capitalista caracterizado por el tráfico jurídico en masa, la excesiva publicidad, y en general, el aprovechamiento de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC); dicho modelo postula la racionalidad económica del consumidor como aquella que le permite maximizar sus utilidades, es decir, tomar decisiones de compra acorde a sus requerimientos. No obstante, la elección suele ser acotada por la misma sinergia de las sociedades mercantiles en el mercado.

Lo anterior tiene su expresión en la contratación electrónica y el derecho al internet. Esto es evidenciado por *Consumer International*¹ al resaltar que la mitad de la población mundial cuenta con acceso a internet, representando los siguientes datos por regiones: Norteamérica con 88.1% y América Latina/Caribe con 59.6%. Por otra parte, las estadísticas nacionales mexicanas señalan que un 70% de la población utilizó el *e-commerce*, al menos una vez durante 2019², porcentaje significativo hacia la tendencia creciente del comercio electrónico, es decir, patrones del *Business to Consumers* (B2C) a mayor escala y que, sumado al derecho del acceso a internet marcará el camino hacia la interconexión total.

¹ *cf.* *Consumer International*, Sesión informativa sobre el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores 2018: Acceso al comercio electrónico. Hacer mercados digitales más justo, en https://www.consumersinternational.org/media/154773/access_briefing_spanish.pdf, consultada el 31 de mayo de 2020.

² *cf.* Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, *The UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean*, en <https://unctad.org/webflyer/unctad-b2c-e-commerce-index-2020-spotlight-latin-america-and-caribbean>, consultada el 28 de octubre de 2021.

Por consiguiente, la protección de los derechos de los consumidores con vocación global es más apremiante que nunca, entre las motivaciones que encontramos para elevar la protección a nivel internacional avizoramos la asociada con el consumidor *per se*, al ser la parte débil de la relación comercial, con nulo poder de negociación y en una relación jurídica contractual asimétrica, a esto se suman las vulnerabilidades subjetivas de los mismos. Por otra parte, los consumidores como actores económicos representan el engranaje clave para el dinamismo del mercado, especialmente ante los riesgos de la contratación en línea e impersonalizada.

Desde otro punto de vista, en la transacción internacional con presencia de un elemento extranjero, vemos que ante la posibilidad de reclamo al proveedor de la prestación, existe un vacío al identificar a qué organismo y regulación internacional podemos acudir, dado que la regulación sobre los Derechos de los consumidores sólo se encuentra a nivel del derecho doméstico de los países, y que las normativas que regulan estas temáticas a nivel internacional son de carácter blando, por ende, no vinculante, expresadas como normativas de buena voluntad que establecen principios y disposiciones optativas para los Estados partes, quienes pueden integrarlas en sus programas, políticas y normativas de derecho interno, teniendo un efecto a nivel doméstico y no internacional. Entonces, la seguridad jurídica en la esfera de la contratación internacional se encuentra en un linderio gris poco accesible para los consumidores.

En este tenor, hemos considerado oportuno analizar las condiciones que permitan arribar a la conformación de una normativa internacional de carácter vinculante que fomente condiciones paritarias en las relaciones de consumo, brindando protección a los consumidores en la contratación electrónica y que a su vez genere múltiples beneficios de carácter económico, social y cultural. En este sentido, se persigue el objetivo de analizar las normativas de protección de los derechos del consumidor en el ámbito internacional, con miras en la creación de

una normativa internacional vinculante que brinde seguridad jurídica a los consumidores en la era digital.

El diseño de la tesis obedece a una metodología analítica y reflexiva que primero procura vislumbrar conceptualmente las categorías de análisis tangentes a los consumidores en el comercio electrónico internacional, pasando por un recorrido histórico que revisa aspectos ideológicos de la triada Mercado-Estado-Consumo, institucionales y de organismos internacionales de protección de los derechos de los consumidores; para luego, en la matiz comparada detenerse en las figuras y procedimientos jurídicos de avanzada que regulan el fenómeno transfronterizo de la contratación; seguido cerramos con la fundamentación para la tutela de la protección de los derechos de los consumidores con vocación global y en su carácter de consumidor vulnerable en la contratación virtual, para lo cual se suman buenas prácticas de autorregulación y evaluación experta, estos últimos como broche reafirmante de una regulación superior que esté representada en un instrumento vinculante.

Bajo el esquema antes descrito, abordamos la investigación con un formato de cuatro capítulos que describimos a continuación de manera sucinta:

El capítulo primero titulado: “Globalización y derechos de los consumidores”, está diseñado como un marco conceptual de las principales categorías de investigación, para lo cual seguimos los métodos analítico-sintético y deductivo, mismos que permitieron estudiar las distintas concepciones sobre: la globalización en las facetas económica y tecnológica, los consumidores, el consumo, la contratación electrónica, entre otros. Para tal efecto, la reflexión sigue a la globalización como el formato de interconexión de las personas, mercancías y capitales; que desde la perspectiva del consumidor discute la forma conveniente en que el sistema económico lo percibe, es decir, un actor racional capaz de tomar de decisiones hacia la maximización de sus utilidades, todo ello bajo un sistema que tiene como base del engranaje económico, a los consumidores.

El capítulo segundo se exhibe con el nombre: “Evolución de los derechos de los consumidores”; la configuración de esta sección tiene como punto de partida la trayectoria del liberalismo clásico al libre mercado bajo la ideología neoliberal, donde además se revisa el rol del Estado en el sistema económico capitalista. Al contar con este panorama, vemos de qué forma surgen y se constituyen los derechos de los consumidores con el movimiento consumeril en los Estados Unidos y Europa, países que van consolidando sus normas y estructuras institucionales para la tutela de los derechos de los consumidores. Seguido, revisamos los organismos internacionales que procuran la uniformidad de los marcos normativos y políticos, destacando aquellos que contemplan un abordaje protectorio y especializado hacia los consumidores. Cabe indicar, que el capítulo requirió la implementación de los métodos descriptivo, histórico y analítico-sintético para su concreción.

Con el capítulo tercero examinamos el: “Derecho internacional y derecho comparado regional en materia de protección de los consumidores”, para el cual nos auxiliamos de los métodos de derecho comparado y analítico-sintético. Hacia este cometido, primero analizamos los instrumentos internacionales de *soft law* en la protección de los consumidores, esto como un marco común y voluntario para los Estados y empresas. En la línea del derecho internacional, consideramos valioso conocer la concepción de los consumidores y comercio electrónico en el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá. Asimismo, contemplamos la revisión del derecho comparado regional con el *acquis* comunitario europeo para identificar el foro transnacional de protección a los consumidores, y de manera similar volvemos la mirada hacia el Mercado común del sur (Mercosur).

Por último, el cuarto capítulo, que hemos llamado: “Fundamentos para la tutela internacional de los derechos de los consumidores en la era digital” esboza un análisis en dos vías: la primera asociada con las dimensiones de los Derechos económicos, sociales, culturales y ambientales (DESCA) con la mirada en la

dignidad como el centro de la cuestión; y la segunda describe la vulnerabilidad del consumidor en la contratación electrónica, es decir, las dificultades con la que se encuentra en la libre contratación y al hacer efectivo los principios de la buena fe y lealtad negocial, los riesgos al transar con proveedores del espectro virtual para brindar seguridad jurídica a los actos jurídicos manifestados en la relación de consumo. Ante los riesgos de la sociedad de la información, fue relevante hacer una lectura sobre los mecanismos de autorregulación, como los sellos de confianza. Para las inferencias realizadas en el capítulo recurrimos a los métodos analítico-sintético y deductivo.

Cabe mencionar que la investigación integró información primaria mediante la técnica de la entrevista a especialista en derechos de los consumidores y a una asociación que brinda servicios a las empresas que operan bajo el comercio electrónico, dicha entidad funge como certificadora mediante sellos de confianza en las plataformas de *e-commerce*. La intención detrás de estas entrevistas perseguía corroborar la investigación documental con la perspectiva de expertos en la materia y de una asociación que procura brindar certeza jurídica desde las tribunas virtuales de la contratación, es decir, en el ecosistema mercantil-consumista. Además, se pretendía obtener información de primera mano sobre la tendencia viva en la realidad post-covid.

Luego del estudio minucioso, nos permitimos presentar la propuesta de solución jurídica, que desde nuestra perspectiva incluye a los diferentes actores implicados y plantea una propuesta normativa que requiere aunarse a otros mecanismos para la creación de un sistema protectorio global de los derechos de los consumidores en el contexto de las contrataciones en línea. Esperamos aportar a la construcción del conocimiento y mediante el desarrollo investigativo expreso, reposicionar el papel de los consumidores en la vida socioeconómica de los Estados.

CAPÍTULO PRIMERO

GLOBALIZACIÓN Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Sumario: 1.1. Globalización. 1.1.1. Acotaciones sobre la globalización. 1.1.2. Globalización económica. 1.1.3. Globalización tecnológica. 1.2. Fenómeno del consumo. 1.3. Derechos de los consumidores. 1.3.1. Conceptualización del consumidor. 1.4. Comercio electrónico. 1.5. Contratación electrónica. 1.5.1. Principios que tutelan la contratación electrónica. 1.6. Contratos de adhesión. 1.7. El derecho del consumo y su conexión con los Derechos Humanos. 1.8. Resolución alterna de conflictos.

1.1. Globalización

Para entender la globalización, se revisarán concepciones sobre dicho fenómeno, mismas que arrojarán elementos comunes con los cuales podremos concluir en una propia conceptualización. Adicionalmente, como una sección esencial para estudiar a los consumidores, se conocerá sobre la globalización económica y la globalización tecnológica en relación con las Tecnologías de Información y Comunicación, en adelante TIC.

1.1.1. Acotaciones sobre la globalización

La globalización tiene acepciones como fenómeno social multidimensional, no obstante, existen diferentes ópticas que observaremos en esta sección. En este sentido, es menester estudiar la globalización porque los derechos de los consumidores se sitúan en dicho contexto y su análisis está estrechamente vinculado, ya que de allí se dilucida la posición que ocupan los consumidores.

Para Marcos Kaplan³, el término globalización carece de una “definición sustantiva y rigurosa, de un modelo teórico comúnmente aceptado”, por lo que diferentes autores lo exhiben de forma consecuente a su tesitura; en suma, es un

³ Kaplan, Marcos, *Estado y Globalización*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2008, p. 13.

concepto polisémico y, por ende, no presenta una definición unívoca. Siendo así, Carlos Cárcova⁴ aporta que:

El fenómeno de la globalización -término huidizo y multívoco- ha implicado según palabras de Anthony Giddens, una radical transformación de las nociones conocidas de espacio y tiempo. Por una parte, porque la revolución tecnoinformática ha permitido un incremento exponencial de los flujos comunicacionales, conectando a los hombres entre sí a escala planetaria, en tiempo presente (*in real time*).

Esta revolución tecno informática se concibe con innovaciones asociadas a las TIC, mismas que influyen directamente en el individuo y en la sociedad, al aportar artefactos que generan nuevos patrones de vida. Por mencionar un ejemplo, se da el intercambio de información en tiempo real, que permite realizar trabajos de manera virtual, estar informados sobre los acontecimientos alrededor del mundo, así como facilitar las condiciones para el dinamismo del mercado mundial. Al respecto, dice Bryan Turner⁵, que las sociedades son susceptibles a la influencia tecnológica, siendo así, en el marco de la modernización, las tecnologías aportan el riel transformador, pero a su vez, traen aparejado el riesgo que se encuentra en latencia en dicho espacio virtual y que también se asocia con la probabilidad de ocurrencia según la decisión de los usuarios.

Sobre los riesgos de la modernización en esta ola de la globalización, asevera Ulrich Beck⁶ que la vida en la actualidad convive con el riesgo en las diferentes esferas de acción del individuo, en dicha interacción deja de tener un impacto micro y da un salto al foro global. Por ende, es necesario reforzar la protección de los derechos de los consumidores en la contratación electrónica, ya que al transar en el espacio virtual siempre habrá riesgo, mismo que escapa del escrutinio estatal ante la confluencia de empresas de diferentes Estados.

⁴ Cárcova, Carlos María, *Las Teorías Jurídicas Post Positivistas*, 2a. ed., Buenos Aires, Abeledo Perrot, 2009, p. 58.

⁵ *cfr.* Turner, Bryan, *The Cambridge Dictionary of Sociology*, Cambridge University Press, New York, 2006.

⁶ *cfr.* Beck, Ulrich, "Teoría de la sociedad del riesgo", en Beriain, Josetxo (comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, trad. de Celso Sánchez Capdequí, España, Anthropos, 1996.

Retomando a Antony Giddens⁷, la globalización toca diferentes dimensiones: política, económica, tecnológica y cultural; de igual forma es un fenómeno de doble vía, visto desde las fronteras territoriales, dentro y fuera, y una serie de procesos interconectados, que operan de “manera contradictoria o antitética”. En este tenor, Ulrich Beck⁸ también se refiere a las contradicciones y agrega la multiplicidad de sus consecuencias. Como resultado, la globalización está presente en diferentes dimensiones sociales: la esfera pública y privada, que son, a su vez, un continuo de procesos multidireccionales, por lo que ineludiblemente somos parte de este gran sistema global.

A continuación, haremos una acotación de la dimensión económica porque es inherente a los consumidores; la globalización económica en la coyuntura actual tiene un matiz de la economía virtual, que de igual manera presenta nuevos retos para los Estados, consumidores, empresas transnacionales, así como empresas de pequeño calado. Dado que según Ulrich Beck⁹ no existe un “marco reglamentador para las economías transnacionales o globales”, queda un espacio de acción liberal y sin consecuencias para los sujetos que ostentan el poder político de decisión y económico para influenciar el accionar global acorde a sus intereses.

David Held¹⁰ ofrece su precisión sobre el fenómeno, mismo que coincide con los elementos de análisis que han aportado los autores anteriores, en cuanto a las interconexiones sociales, económicas y políticas en el globo, lo que el autor apuntala como entre regiones y continentes. Asimismo, nos habla de la globalización como fenómeno multidimensional con diversos procesos y escalas temporales.

Ulrich Beck estudia la globalización desde los Estados-nación, que antes de la globalización estaban claramente demarcados por sus fronteras, ahora con la

⁷ Giddens, Antony, *Un mundo desbocado, los efectos de la globalización en nuestras vidas*, México, Taurus, 2007, pp. 7-8.

⁸ *cfr.* Beck, Ulrich, *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Paidós, Buenos Aires, 2008. Entre las contradicciones menciona la riqueza y la pobreza.

⁹ *Ibidem*, p. 51.

¹⁰ Held, David, “¿Hay que regular la globalización? La reinención de la política”, en Carbonell, Miguel y Vázquez, Rodolfo, (coords.), *Globalización y Derecho*, Quito, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2009, p. 73.

globalización se expresa que éstas ya no existen, hay una “muerte del apartamiento”¹¹; de igual forma asevera que “la globalización significa los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios”¹²; de este aporte lo que será preponderante son las cuotas de poder de los Estados-nación en contraste con la de los actores transnacionales, porque estas determinarán la capacidad de incidencia en los proyectos y políticas públicas de dichos territorios. Por último, es relevante destacar que, para Beck, la globalización trae implícita la ausencia del Estado mundial o se es una “sociedad mundial sin Estado mundial y sin gobierno mundial”.

Para cerrar este apartado sobre la globalización, a continuación, la síntesis de este: La globalización es un fenómeno social que se manifiesta en las transformaciones de espacio y tiempo; se representa como procesos en los contextos nacionales con repercusión internacional y viceversa, donde la escala de tiempo real tiene una significancia para la sociedad moderna y es, a su vez, multidimensional porque repercute en diferentes esferas del orden social, político, económico y cultural.

1.1.2. Globalización económica

La globalización económica es un ámbito tocante a la globalización, ya que goza de una preponderancia que permite la influencia en los Estados-nación y repercute en la base de las sociedades: los ciudadanos consumidores.

Para Gerardo Coppelli¹³, este tipo de globalización se encuentra estrechamente relacionado con la integración de las economías, que se puede

¹¹ Beck, Ulrich, *op. cit.*, p. 56.

¹² *Ibidem*, pp. 34-38.

¹³ *cfr.* Coppelli Ortiz, Gerardo, “La globalización económica del siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización”, *Estudios internacionales*, vol. 50, núm. 191, Santiago, diciembre, 2018, en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-37692018000300057&script=sci_arttext&lng=e, consultada el 10 de junio de 2020.

presentar de diferentes formas, de la cual nos enfocaremos en el intercambio de bienes y servicios por medios electrónicos. Lo anterior, nos permite observar los factores esenciales del fenómeno con vocación económica: integración de las economías y conexión tecnológica, que tienen como efecto transacciones comerciales y financieras. El autor nos refiere que la globalización económica se representa en el comercio internacional, los flujos de inversión extranjera directa (IED) y de capitales financieros; en este escenario surgen las empresas transnacionales, quienes como agentes económicos en la esfera internacional influyen en la economía política.

Antes de continuar, consideramos pertinente definir qué es la economía, en términos de Robert Gilpin¹⁴: *“economy as a sociopolitical system composed of powerful economic actors or institutions such as giant firms, powerful labor unions, and large agribusinesses that are competing with one another to formulate government policies on taxes, tariffs, and other matters in ways that advance their own interests”*. De esta cita, se discierne la economía a nivel macro, donde mueven las piezas del ajedrez los actores poderosos, pero es preciso mencionar que este sistema tiene diferentes campos de poder y también se encuentran las pequeñas empresas como parte de este.

Interesa conocer la alusión a un sistema sociopolítico, dado que, en tiempos pasados, la economía y política se miraban como disciplinas disociadas, pero actualmente se alude que el mercado es inherentemente político. En este sentido, Jorge Morales¹⁵ en sus cátedras doctorales establece la diferencia entre economía política y política económica, siendo la primera, aquella donde existe la participación de actores influyentes o poderosos que marcan las pautas para la toma de ciertas acciones por los Gobiernos, y la otra, como el conjunto de decisiones políticas,

¹⁴ Gilpin, Robert, *“Chapter 2: The Nature of Political Economy”*. *Global Political Economy. Understanding the International Economic Order*, Princeton, Princeton University Press, 2001. p. 38. Traducción propia: La economía como un sistema sociopolítico compuesto por poderosos actores económicos o instituciones tales como empresas gigantes, sindicatos poderosos y grandes empresas agrícolas que compiten entre sí para formular políticas gubernamentales sobre impuestos, aranceles y otros asuntos de manera que promuevan sus propios intereses.

¹⁵ Morales Barud, Jorge, *Economía de la Globalización*, Clase presentada en la Universidad Nacional Autónoma del Estado de Morelos de Cuernavaca, México, 2019.

administrativas y regulatorias que inciden directamente en la economía de un país y que competen a los Gobiernos. Así que la interacción entre estos dos ámbitos constituye parte de este sistema sociopolítico.

Consecuentemente revisamos la disciplina económica, misma que estudia la asignación eficiente de los productos escasos, que se suscitan en el intercambio de mercancías, productos y servicios donde se procura que exista una ganancia mutua, y no una polarización entre ganadores y perdedores. En general, las sociedades ganan del eficiente funcionamiento del mercado internacional, con base en una relación de interdependencia mutua, que se espera no sea asimétrica. Sin embargo, existe una constante lucha por los Estados-nación para mantener su independencia económica y política, aunque pareciera que la apertura a los mercados también permite alcanzar objetivos del interés público, al mismo tiempo integra un aspecto negativo en los países con economías precarias, por lo que habrá que reorientar la liberalización del mercado, así como el accionar estatal en el sistema sociopolítico con un proyecto de nación propio para la creación de empleo y riquezas de forma equitativa.

Víctor Castrillón¹⁶ advierte que la globalización económica ha profundizado la crisis permanente entre el “deber ser” del estado de derecho que ha de garantizarse por los Estados nacionales y la influencia de las empresas transnacionales que parecieran operar en una zona gris de la ley, que le permite ampararse en el marco contractual, subsumiendo la soberanía en un triste reflejo de la pieza más débil del ajedrez, que sólo funge como soporte para el fomento y perpetuación del sistema económico capitalista.

En el contexto global, Saskia Sassen¹⁷ realiza un análisis en las arenas de lo local a lo nacional y viceversa, en donde matiza que la hipermovilidad es un elemento de la globalización económica, además, concuerda con los aspectos característicos de este tipo de globalización:

¹⁶ *cfr.* Castrillón y Luna, Víctor Manuel, *Derecho Mercantil Internacional*, México, Porrúa, 2011.

¹⁷ Sassen, Saskia, “Una sociología de la globalización”, *Análisis político*, Bogotá, núm. 61, septiembre-diciembre, 2007, pp. 3-27.

Las imágenes que dominan el discurso sobre la globalización económica son la hipermovilidad, la capacidad de comunicación global y la neutralización del territorio y de la distancia. Se tiende a tomar como un hecho la existencia de un sistema económico global y a considerarlo como una función del poder de las empresas multinacionales y las comunicaciones globales, y como resultado de ello el énfasis se coloca en el poder y en los atributos técnicos de la economía global corporativa.

Como elementos coincidentes de la globalización económica están la capacidad de comunicación global que se da gracias a las TIC, y el poder de las empresas transnacionales. Esto tiene su interrelación y efectos en la política económica y economía política de los Estados-nación, pero también tiene una directriz procedente de actores transnacionales ubicados en el espacio global.

Desde otro punto de vista, el desarrollo económico y social, se conoce que los beneficios que la globalización económica ha traído consigo son asimétricos; esto depende en parte de las cuotas de poder que ostentan los Estados y que para los ganadores de la globalización sería el poder hegemónico, que hace a los Estados guiar todos los ámbitos de carácter global. Por ello, es que comúnmente se asevera que los pobres se hacen más pobres y los ricos se hacen más ricos. Además, coexiste el escenario donde los pobres se vuelvan un poco más ricos, pero no quiere decir que sea en condiciones justas para ellos. Esta brecha entre ricos y pobres es manifiesta en los patrones de consumo que reflejan, por ejemplo, para los pobres se enmarca en una economía de subsistencia en condiciones paupérrimas.

Al respecto, reflexiona François Bourguignon¹⁸ que *“globalization has thus most likely played a role in increasing inequality in most countries over the recent decades, although its impact will have varied depending on the country considered and each one’s specific context or policies”*, por lo que sí podemos inferir que la globalización ha incrementado la desigualdad. Esta tesis proviene de los detractores de la globalización porque también se encuentran en la otra trinchera

¹⁸ Bourguignon, François, *The globalization of inequality*, trad. de Thomas Scott-Railton, New Jersey, *Princeton University Press*, 2015, p. 85. Traducción propia: Es muy probable que la globalización haya desempeñado un papel en el aumento de la desigualdad en la mayoría de los países en las últimas décadas, aunque su impacto habrá variado en dependencia del país considerado y el contexto o las políticas específicas de cada uno.

los que favorecen la misma bajo la tendencia economicista. La desigualdad o dicotomía incluidos-excluidos, es analizada por Manuel Castells¹⁹, la globalización conlleva elementos de inclusión y exclusión, y nuevamente lo afirma al decir que las redes globales articulan individuos, segmentos de población, países, regiones y ciudades o territorios, al mismo tiempo que se excluyen individuos y grupos sociales que quedan aislados aparentemente de la globalización porque no cumplen el criterio fundamental de inclusión basado en la articulación de mercados capitalistas.

A manera de conclusión, la globalización económica como parte del fenómeno de la globalización se ha convertido en una economía interconectada y dependiente, que, según los acontecimientos políticos y económicos de un país, puede generar en algún momento un efecto dominó en el resto de los países; esto será según el grado de significancia de la economía de dicho país. La economía política y la política económica deben jugar un papel en el sistema sociopolítico que permita alcanzar diferentes objetivos e intereses a la vez: el interés privado y público, que deben procurar por la justa división de los beneficios productos de la actividad económica, así como alcanzar su ánimo de lucro, por ser los poseedores del capital, pero que esta generación de riqueza sea bajo condiciones justas, siendo que las empresas transnacionales tienen a su vez un deber ético y moral, bajo la responsabilidad social empresarial de crecer y desarrollar a las comunidades y sociedades en las que están inmersas sus operaciones. Esta narrativa económica debe preocuparse por el desarrollo económico, con la misma medida que se persiste por el crecimiento económico.

1.1.3. Globalización tecnológica

Las TIC han tenido tal transcendencia como el motor de la globalización, ya que han facilitado la interconexión entre las personas, economías, capitales e intercambio de bienes y servicios, pero esta libre interconexión viene acompañada de riesgos que pueden aflorar con la velocidad del chasquido de los dedos, en el

¹⁹ *cfr.* Castells, Manuel, *Globalización, identidad y Estado en América Latina*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 1999.

caso de que una economía de gran calado tenga algún tipo de crisis económica, política o social.

En palabras de Sandra Cortés²⁰, la telecomunicación versa sobre la comunicación a distancia en la transmisión de mensajes que pueden enviarse por medio de voz, datos e imagen, entre otros. De este campo se desprende la telemática, misma que se alimenta de la electrónica, la informática y las redes, elevando el nivel de los sistemas de telecomunicaciones tradicionales, es decir, dotarlo de configuraciones tecnológicas avanzadas para el envío y recepción de información. Lo que abre nuevas posibilidades para la interconexión, como el comercio electrónico.

Para Manuel Castells²¹, la era de la información se organiza cada vez más en torno a redes, según esta lógica define qué es una red y da una serie de ejemplos, entre los que se encuentra “los mercados de la bolsa y sus centros auxiliares de servicios avanzados en la red de los flujos financieros globales”, mismos a los que hemos hecho alusión con otros autores. Según el autor, existe una nueva economía que se organiza en torno a las redes globales de capital, gestión e información, que buscan la productividad y competencia, es decir, las redes articulan a las empresas, los mercados y en su globalidad la economía capitalista. Ahora bien, en el marco del interior de las empresas, hacia la fuerza de trabajo se han desplegado los principios de la flexibilidad y la adaptabilidad que dé como resultado eficiencia y optimización continua hacia el lucro incesante.

²⁰ *cf.* Cortés, Sandra, *Telemática*, Bogotá, Fundación Universidad del Área Andina, 2017, en <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1241>, consultada el 20 de febrero de 2022.

²¹ Castells, Manuel, *La sociedad red*, 2a. ed., trad. de Carmen Martínez y Jesús Alborés, Madrid, Alianza Editorial, S.A., 2000, s. p. Para Castells, las redes tienen un amplio abanico de posibilidades, encontrándose de modo inherente la interconexión en red. Por ejemplo, Castells alude que la empresa tuvo que convertirse en una red a lo interno de sus operaciones y en sus relaciones externas para insertarse en redes globales de creación de valor. Del mismo modo, considera que “La información circula por las redes; redes entre empresas, redes dentro de las empresas, redes personales y redes informáticas” (s. p.), esto evoca la posibilidad de distintos niveles de relacionamiento territorial, de colaboraciones estratégicas, de los *stakeholders* o grupos de interés, en sectores del comercio internacional y, en fin, todas aquellas nuevas organizaciones de la economía global basadas en el poder de la información.

Para Víctor Castellón y Anahiby Becerril²², el complejo entramado de las redes se traslada hacia una autorregulación de la red bajo el esquema de normas internacionales que regulen las transacciones electrónicas, contando como principal directriz, la buena fe en los acuerdos establecidos entre las partes. No obstante, siempre se tendrá que prestar atención a la seguridad en la red porque representa avasalladores retos en cuanto a la certeza sobre la identidad de la parte proveedora, así como las posibilidades para la reclamación por un servicio o producto que no cumple los términos pactados o en su defecto, se requiere hacer uso de la garantía. La certeza jurídica sería el escudo protector que debe operar consecuentemente con el principio de autonomía de voluntad, para equilibrar las relaciones comerciales y proteger al contratante vulnerable, teniendo como su basamento la buena fe y lealtad negocial.

La escala que se ha alcanzado con las tecnologías y las redes para la interconexión en un mundo globalizado se manifiesta en una economía dinámica con modernas formas de contratación virtual donde el hecho siempre se encontrará a la cabeza con respecto a las regulaciones normativas para estos casos. Esta globalización implica una transnacionalidad de las operaciones electrónicas que por el momento escapan del control estatal, en vista de la inexistencia de una regulación internacional o Estado global.

A tono con lo anterior, la era de la información o sociedad de la información se desarrolla a partir del dato con las innovaciones tecnológicas, por lo que apuntaron con vehemencia los países de las economías desarrolladas, entre ellos Estados Unidos con el centro de Silicon Valley; tales innovaciones, eran esenciales para extender el modelo económico capitalista y legitimarlo con una vigencia indeterminada hasta el momento. Además, en dicha era, la información es el “bien más cotizado”, según Virginia Vega²³, y entre tal información se encuentran nuestros datos personales que se han tornado en la nueva moneda de cambio.

²² *cfr.* Castellón y Luna, Víctor Manuel y Becerril, Anahiby, *Contratación electrónica civil internacional*, México, Porrúa, 2015.

²³ Vega Clemente, Virginia, “Revolución tecnológica y Derecho Mercantil”, *Revista de estudios económicos y empresariales*, núm. 30, 2018, p. 155.

Desde otro lente, Marcos Kaplan²⁴ habla de la tercera revolución científico-tecnológica, la que ve como una mutación tecnológica que implicó la reestructuración de la industria y de los flujos de comercio e inversión en manos de las macroempresas y los Estados de países industrializados, así como de industrialización reciente. Alude que la información se vuelve un factor productivo porque entra en el círculo donde se produce, comercializa, financia y consume; la información es clave para determinar estas diferentes fases que se viven en el sector productivo y comercial, que luego llega al consumidor mediante bienes y servicios, del cual en un momento se tuvo la información de demanda del consumidor o de sus intereses para crear la oferta.

Consecuentemente, lo evalúa como un nuevo paradigma tecnológico-económico que transforma la matriz insumo-producto. Dado que la información viaja con tal eficiencia a nivel global, se aprecia que tanto la oferta como la demanda están en una actividad dinámica y que es moldeada por estas macroempresas. Entonces, la globalización tecnológica se representa como una sociedad de red o sociedad de la información, donde la información que se maneja por medio de las TIC transforma la producción, comercio, financiamiento y consumo que tienen una direccionalidad global con incidencia en lo local: los Estados-nación.

La globalización en sus diversas facetas se torna en el móvil que fomenta el consumo, pero ¿cómo entendemos el fenómeno del consumo en dicha coyuntura?

1.2. Fenómeno del consumo

Antes de abordar la figura del consumidor, revisaremos el fenómeno del consumo, como una condición *sine qua non* de la sociedad en su conjunto y se vincula directamente con los ámbitos político, económico, social y cultural. Loreto Sáenz-de-Ugarte²⁵ refiere que la puesta en escena del consumo surge desde la formación de la comunidad humana en sociedad, por lo que aludiría a un fenómeno

²⁴ *cf.* Kaplan, Marcos, *op. cit.*, pp. 261-265.

²⁵ *cf.* Sáenz-de-Ugarte Sevilla, Loreto, “Revisión crítica del consumo en el Siglo XXI. ¿Nuevas formas de politizar la ciudadanía?”, *Inguruak: Soziologia eta zientzia politikoaren euskal aldizkaria*, núm. 66, 2019.

que se relaciona con los individuos y las estructuras sociales, y en este entender se encuentra bajo la sombrilla de los fenómenos sociales.

Néstor García²⁶ define al consumo como el “conjunto de procesos socioculturales en los que se realizan la apropiación y los usos de los productos”, mismos que aparentemente se adquieren de acuerdo a las necesidades de los individuos, sin embargo, García Cianclini manifiesta lo contrario, al analizar que el consumo se comprende en una “racionalidad económica”, como un ciclo de producción y reproducción social, que desde el punto de vista económico, sería la oferta y la demanda, misma que en la lógica de antaño, la oferta obedecía a la demanda, pero en la actualidad con el sistema capitalista, la producción se realiza en masa y se oferta de manera simultánea, se tiene un fuerte auxilio del marketing para atraer a la demanda mediante símbolos creados, ideales de estatus, poder y figurado bienestar que se trasmite por medio de la *mass media*. Por ello, nos termina afirmando en esta idea, que el sistema económico piensa cómo reproducir la fuerza de trabajo y aumentar las ganancias de los productos.

En el ámbito del mercado, manifiesta Sáenz-de-Ugarte²⁷ que “el consumo es legitimado por el sistema productivo como símbolo de calidad de vida”. Además, trae como consecuencia el consumismo, que parafraseando a la cita que hace Loreto Sáenz-de-Ugarte sobre Bocock, el sentido de la vida es la adquisición de productos y esto a su vez legitima el capitalismo porque hace que los individuos necesiten y demanden como el agua al ser humano. Entonces, las mieles del capitalismo se ven representadas en la ficción de satisfacción de las necesidades materiales y de la felicidad.

En este sentido, afirma Carlos Tambussi²⁸ que la globalización ubica a todos los individuos como homogéneos en cuanto a los esquemas de consumo, lo que quebranta la identidad nacional como pueblo y en otro extremo, el éxito material individual se convierte en el propósito esencial de la vida, lo que pareciera un tanto

²⁶ García Canclini, Néstor, *op. cit.*, pp. 42-43.

²⁷ Sáenz-de-Ugarte Sevilla, Loreto, *op. cit.*, p. 23.

²⁸ *cfr.* Tambussi, Carlos Eduardo, “El necesario abordaje interdisciplinario del fenómeno del consumo, sociología, política y ambiente”, *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, vol. 3, núm. 15, 2015, pp. 116-118.

contradictorio porque pretende ver a las personas como homogéneas, pero con actuaciones individuales, dado que para la economía eso significa dinamismo.

Sumado a lo anterior, para Gilberto Giménez²⁹ en su análisis desde las identidades globales, el capitalismo opera siempre localmente combinando las demandas locales con las que emanan de las estrategias globales, dado que las culturas son constructos sociales del individuo marcadas por el sentido de pertenencia territorial, que no ha llegado a trascender a un proceso global de interpretación cultural. Con base en ambos planteamientos, Gilberto Giménez analiza al individuo en la cultura local, que es ciertamente influenciada por el contexto global y pretende homogenizar a los consumidores mediante el consumismo, pero no llega a una totalidad sociocultural, sino meramente a una estrategia de mercado que nace en un paradigma económico y político del sistema capitalista, que ve a sus consumidores o clientes, como una masa homogénea según Carlos Tambussi. No obstante, como se expresó anteriormente, no se pueden diluir en su totalidad las identidades nacionales, sino que se observa una convergencia de nuevas experiencias, mismas que se adicionan al individuo como un nuevo repertorio cultural.

En el ámbito social-cultural, según Carlos Tambussi³⁰ pareciera existir una confusión de las necesidades con los deseos, porque es de entender que el individuo no es un ser aislado, sino que se encuentra en constante reproducción, “se encuentra inmerso y condicionado socialmente”; es decir, existe una influencia constante del entorno, sea mediante los medios de comunicación masivos o la misma influencia de la colectividad. Del mismo modo, asevera Ghunter Flass³¹ que existe una diferencia entre la necesidad y el deseo, la primera obedece a factores biológicos, mientras tanto que la segunda atiende a carácter psicológico que es muy variopinto. Por lo tanto, esto último se refuerza con los símbolos y estilos de vida promovidos mediante el *marketing* de las grandes empresas transnacionales.

²⁹ *cfr.* Giménez, Gilberto, *op. cit.*, pp. 40-46.

³⁰ Tambussi, Carlos Eduardo, *op. cit.*, p. 119.

³¹ *cfr.* Flass, Ghunter, *op. cit.*, p. 12.

Anteriormente abordamos las identidades porque el consumo de los diferentes tipos de productos y servicios existentes en el mercado global, son adquiridos según la necesidad o deseo que tenga el consumidor, misma que tiene la génesis en la identidad del individuo. Recapitulando brevemente el fenómeno del consumo, inferimos que es un proceso sociocultural donde se adquiere, para uso y goce, un producto y/o servicio por el cual suele mediar una racionalidad económica en tal transacción; luego y en su conjunto, ello denota los medios y calidad de vida del consumidor; todo esto orquestado por el sistema productivo predominante y maximizado con la globalización.

En el contexto antes descrito, es imprescindible identificar el estatus de los derechos de los consumidores con vocación global. Es decir, a la luz de la globalización con tonos económicos y tecnológicos, donde se presencia un exacerbado consumismo que dista de la esencial satisfacción de necesidades.

1.3. Derechos de los consumidores

Los derechos de los consumidores son el cúmulo de derechos del cual son titulares los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios. Es de notar que, en el foro mercantil internacional, los bienes son considerados como mercancías y de ahí la procedencia del consumo de mercancías.

Entre los derechos de los consumidores podemos encontrar: el derecho a la información, derecho económico de los consumidores, derecho a la compensación efectiva, derecho a la educación en materia de consumo, así como el ejercicio de todas las acciones que permiten la tutela de los derechos en cuestión.

En México, la legislación especial de protección al consumidor aborda en su primer artículo los principios básicos en las relaciones de consumo³², mismos que

³² Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de diciembre de 1992, México. Artículo 1: ...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

pueden ser interpretados como derechos de los consumidores porque en el último párrafo del artículo referido señala que “Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario...”. Además, que versan sobre los derechos antes relacionados.

En este sentido, interesa aludir que el derecho de la competencia y los derechos de los consumidores tienen al mismo sujeto receptor, esto origina que el estudio de los consumidores permee sobre el derecho a la competencia, que se resguarda en el artículo constitucional 28. Asimismo, encontramos en la tesis aislada I.3o.C.53.C (10a.)³³ que se reconoce el derecho humano del consumidor, con base al dispositivo constitucional y que se complementa con las Directrices de Naciones Unidas para su protección. La defensa de los intereses de los consumidores toma como punto de partida la relación de consumo que se instrumenta por la vía civil y/o mercantil, y del cual está presente el órgano rector

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; 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.

³³ *cfr.* Tesis aislada I.3o.C.53.C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2002127, Materia Constitucional y Civil, t. III, noviembre de 2012, p. 1846.

administrativo para la protección de los derechos de los consumidores, acorde a la tesis aislada 1a.CCCXIII/2018 (10.a)³⁴.

Una vez acotado lo anterior, la extensión de los derechos de los consumidores, precisamos revisar la conceptualización del consumidor.

1.3.1. Conceptualización del consumidor

Los consumidores han existido siempre, desde la manera más arcaica del pasado hasta las formas más modernas del presente. En vista de ello, el concepto del consumidor toma una nueva significancia, ya no sólo como actor social sino con un papel en el sistema económico capitalista.

La función de la figura del consumidor se va moldeando conceptualmente desde el año 1930 hasta el año 1980 en la Escuela de Economía de Chicago (*Chicago School of Economics*), del cual nos referiremos en adelante como Escuela de Chicago. Niklas Olsen³⁵ comenta:

They conceptualized consumers as vulnerable and susceptible beings who had to be protected from market forces by the state. This conception was compatible with a definition of consumer citizenship that entailed notions of socio-political rights and participation. In contrast, later Chicago School scholars depicted consumers as rational economic agents who were best protected by their own diligence and by the efficiency of the market. Moreover,

³⁴ *cfr.* Tesis aislada 1a.CCCXIII/2018 (10.a), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2018629, Material Constitucional y Administrativa, t. I, diciembre de 2018, p. 306.

³⁵ Olsen, Niklas, *The Sovereign Consumer: A New Intellectual History of Neoliberalism*, Copenhagen, Palgrave Macmillan, 2019, p. 109. Traducción con soporte de Google Traductor: Conceptualizaron a los consumidores como seres vulnerables y susceptibles que debían ser protegidos de las fuerzas del mercado por el estado. Esta concepción era compatible con una definición de ciudadanía del consumidor que implicaba nociones de derechos y participación sociopolíticas. En contraste, los académicos posteriores de la Escuela de Chicago describieron a los consumidores como agentes económicos racionales quienes estaban mejor protegidos por su propia diligencia y por la eficiencia del mercado. Además, retrataron a los consumidores como una masa coherente, homogénea y predecible, actuando en un mercado desregulado y sirviendo simplemente como una herramienta de estrecho bienestar del consumidor, que se entendió como eficiencia económica y riqueza agregada. En conjunto, estos cambios transfirieron la agencia en el mercado, del individuo a la empresa, y destronaron la elección del consumidor como el principio central de las ideas desreguladoras que emergen de la Escuela de Chicago.

they portrayed consumers as a coherent, homogenous, and predictable mass, acting on a deregulated market and serving merely as a tool of narrow consumer welfare, which was understood as economic efficiency and aggregate wealth. Altogether, these changes devolved agency in the marketplace from the individual to the firm, and it dethroned consumer choice as the core principle of the deregulating ideas emerging from the Chicago School.

Lo anterior permite observar cómo se desarrolló la concepción teórica e ideológica de los consumidores: pasaron de ser considerados como vulnerables que necesitan protección a ser agentes económicos racionales que pueden protegerse con su propia diligencia y la eficiencia del mercado; además de ser una masa homogénea y predecible, por lo que se transita de la elección del consumidor, a la preferencia por las empresas que sabrán ofrecer productos y servicios de manera eficiente. Por otra parte, observamos que se trata a los consumidores como una herramienta al servicio del mercado, que dista de ser homogénea.

Continuando con la idea anterior sobre la contraposición a la homogeneidad, encontramos que, desde el análisis del individuo, en definitiva, los consumidores son heterogéneos, tienen sus propios proyectos de vida y se circunscriben al referente político-jurídico del Estado-nación, García Canclini³⁶ refiere al respecto, “la identidad se vinculaba exclusivamente con territorios propios. Se desvanecen las identidades concebidas como expresión de un ser colectivo, una idiosincrasia y una comunidad imaginadas [imaginada]”, y esto lo vemos acrecentado en el contexto de la globalización. La homogeneidad es puesta a conveniencia por el sistema capitalista para acoplarse a la producción en masa y bajo un esquema político de cultura homogénea estandarizada o multiculturalismo, esto como una manera de diseminación global, pero con una ineludible contextualización local, idea central desarrollada por Gilberto Giménez³⁷. Por dichas razones, el determinar a los consumidores como profundamente heterogéneos, marca un respeto a su identidad diversa, así como a su libertad, que a nuestro parecer es muy acertado al ser fiel al

³⁶ García Canclini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995, p. 31.

³⁷ *cfr.* Giménez, Gilberto, “Identidades en globalización”, *El Espiral*, vol. 7, núm. 19, septiembre-diciembre, 2000, pp. 27-48.

entendimiento íntegro del ser humano individualizado, además de acentuarlo como un grupo vulnerable.

En la década de los treinta se conoce del *New Deal* propuesto por el presidente Franklin Roosevelt, que veía al consumidor con tres diferentes figuras: ciudadano, comprador y soberano. El entendimiento del consumidor como ciudadano lo visualizaba al integrarse a redes o movimientos para incidencia política mediante la representación que tenía como objetivo posicionar en la agenda pública las demandas más apremiantes de los consumidores ante prácticas monopólicas, precios injustos, publicidad engañosa, productos inseguros, etc. Ahora bien, en contraste con la visualización del consumidor como comprador, podríamos decir que esta se desentendía del carácter anterior, porque en este caso tiene un sentido utilitario que, en términos generales, contribuye a la sociedad en la dinámica de la economía interna de un país, no obstante, por la globalización tiene su espectro como consumidor comprador global.

Sobre el *New Deal*, dice Marcos Kaplan³⁸ que Estados Unidos entra en un dirigismo restringido, flexible y democrático y que su fin es la superación de la crisis a través de la recuperación del consumo y de la inversión, entre otras reformas que elevarán el nivel de vida e índices económicos para reubicar su posición como potencia hegemónica. Notamos que uno de los principales fines de la política gubernamental perseguía la recuperación del consumo, con la salvedad que era bajo el dirigismo del Estado por lo que se promovía la regulación estatal en vías del Estado de bienestar, el Estado proveedor.

Por último, el consumidor soberano, comenta Niklas Olsen³⁹ que es percibido como: *“as a way of arguing that all economic processes were ultimately directed toward satisfying consumer demand... consumers were portrayed as sovereign agents, whose dynamic role in the market ensured economic efficiency, wealth, and*

³⁸ *cf.* Kaplan, Marcos, *op. cit.*, p. 213.

³⁹ Olsen, Niklas, *op. cit.*, p. 112. Traducción propia: Una forma de argumentar que todos los procesos económicos son últimamente dirigidos a satisfacer la demanda de los consumidores...los consumidores fueron retratados como agentes soberanos, cuyo papel dinámico en el mercado garantiza la eficiencia económica, riqueza, espíritu empresarial, pero también valores como la democracia, la libertad y la individualidad.

entrepreneurship, but also such values as democracy, freedom, and individuality". Esgrimimos una connotación cargada de un posicionamiento político con sesgo económico, obedeciendo en el fondo al dinamismo del mercado y que se dibuja con los ideales de una sociedad buena.

Gonzalo Ruiz⁴⁰ explica el concepto de soberanía del consumidor como aquel que hace referencia al "rol determinante que juegan las preferencias de los consumidores en la asignación de los recursos de una economía". Estas preferencias o elecciones de los consumidores en el mercado, se equiparan con la racionalidad de los votantes en un proceso electoral, por lo que se hace una analogía mercado-democracia.

No obstante, a la tesis que estudia a los consumidores y ciudadanos como uno mismo, existe una postura doctrinaria⁴¹ que se contrapone al señalar que ambas figuras se excluyen porque una tiene que ver como el *homo consumens* y la otra con el *homo político*, donde la primera es más abarcadora en la naturaleza del consumo y del consumidor. En nuestra apreciación ante ambas posturas, estimamos que el individuo (ser humano), en cuanto a las referidas facultades no son indivisibles a su ser, ya que en diferentes momentos de su vida pueden ejercer un papel u otro, o ambos a la vez. Por ello, es posible, con un sustento teórico, la figura de los consumidores y ciudadanos.

Como se ha visto hasta el momento, la concepción del consumidor ha transitado por diferentes calidades; en la actualidad impera el sistema capitalista neoliberal. A la cabeza de la ideología liberal desde el sistema de mercado, encontramos a Milton Friedman y George Stigler, quienes contribuyeron a la transformación de la disciplina económica en la Escuela de Chicago. En 1950 ambos abrazaron la idea de la desregulación, ahora conciben al consumidor como

⁴⁰ Ruiz Díaz, Gonzalo, "Soberanía del consumidor y libertad de elección en países en desarrollo", *Revista de Economía Institucional*, vol. 20, núm. 38, 2018, p. 73.

⁴¹ *cfr.* Sahián, José Humberto, *Dimensión constitucional de la tutela de los consumidores. Progresividad y control de regresividad de los derechos de los consumidores*, Universidad Complutense de Madrid, 2016.

“sovereign, rational, and utility-maximizing agents”⁴²; es decir, el consumidor en su libertad y soberanía es capaz de maximizar su utilidad.

Milton Friedman⁴³ publica el libro “*Free to choose*” en 1980 y señala “[O]n the whole market competition, when it is permitted to work, protects the consumer better than do the alternative government mechanisms that have been increasingly superimposed on the market”. Que podríamos comparar con la mano invisible que citaba Adam Smith, pero que ahora, según Marcos Kaplan⁴⁴, es sustituida por la mano visible de la compañía integrada de la corporación moderna. En otras palabras, y según este argumento, el mercado es el que mejor protege al consumidor, ya que es un mercado que cobra vida y da a cada quien lo suyo, por lo que pareciera ser un sistema ideal o es esa la apariencia con la que nace. Sin embargo, existen prácticas colusorias y de competencia desleal que rompen con la libre competencia y esta supuesta autorregulación del mercado.

Tanto Friedman como Stigler tienen una diferente percepción del consumidor, Friedman ve al consumidor como agente del capitalismo y la democracia, acorde a este tenor, afirma Niklas Olsen⁴⁵ que “*the consumer emerged as the paradigmatic actor who was to be given priority over other actors in the marketplace*”. Por otra parte, Stigler ve al consumidor como un individuo que tiene en su naturaleza la maximización de la utilidad, en su elección natural y que por ende es un consumidor eficiente. Percibimos en Stigler la Teoría Utilitaria que aborda Michael Sandel⁴⁶, al explicar que el maximizar la utilidad es un principio válido no sólo para los individuos, sino también para los legisladores. El Estado al decidir sobre leyes y políticas, debería maximizar o beneficiar a la comunidad en su conjunto, dicha premisa es un tanto razonable, por lo que se intuye que existe un

⁴² Olsen, Niklas, *op. cit.*, p. 120. Traducción propia: Agentes soberanos, racionales y que maximizan la utilidad.

⁴³ *Ibidem*, p. 123. Traducción propia: En toda la competencia del mercado, cuando se le permite trabajar, protege mejor al consumidor que los mecanismos gubernamentales alternativos que se han superpuesto cada vez más en el mercado.

⁴⁴ *cfr.* Kaplan, Marcos, *op. cit.*, pp. 162 y 166.

⁴⁵ Olsen, Niklas, *op. cit.*, p. 124. Traducción propia: El consumidor emergió como el actor paradigmático al que se le daría prioridad sobre otros actores en el mercado.

⁴⁶ *cfr.* Sandel, Michael, *Justicia ¿Hacemos lo que debemos?*, Editorial Debate, 2011.

acoplamiento con la definición del consumidor que se ha estudiado, al verse como un conjunto homogéneo. Por ello, es que resulta más práctico para los Estados aplicar una fórmula homogénea, en lugar de fórmulas diversificadas que atiendan al carácter heterogéneo del grupo.

Al final Niklas Olsen⁴⁷ ofrece una crítica al referir que el consumidor se instrumentalizó, su papel era fungir como el engranaje en el proceso de adquisición de productos, que genera un resultado máximo en la eficiencia y crecimiento de la economía; lo que sería un fin utilitario y numérico, en términos de ganancias para las empresas, los consumidores representan números que se traducen en rentas, ya los conceptos de consumidor ciudadano y soberano quedaron rezagados, predominando el concepto del consumidor comprador.

En cuanto al particular de la eficiencia, precisamos hacer una inferencia sobre la gran influencia que ha tenido la ciencia económica en el derecho; esto se materializó en primera instancia en la Escuela de Chicago y sucesivamente en el resto del mundo. Traemos a colación la reflexión que realiza Fernando Escalante⁴⁸ sobre la eficiencia del mercado:

Para el sentido común sería eficiente un mercado que distribuyera bien, de manera más o menos equitativa o justa, y no podría ser eficiente si produjera sistemáticamente miseria o desempleo (el desempleo, sin ir más lejos, parece claramente un desperdicio de recursos). Para la definición académica esos resultados son irrelevantes. El mercado es eficiente porque procesa correctamente la información, asigna los precios correspondientes, favorece la correcta distribución de recursos según la demanda efectiva, etcétera, es decir, porque lleva el pan a quien más paga por él, no a quien tiene hambre. Es decir, que el mercado es eficiente por definición, porque funciona como mercado. Nada más.

Consecuentemente, se denota que la eficiencia del mercado es una valoración económica que compele directamente sobre sí mismo según los diferentes niveles de vida que hay en los distintos países, o sea, en la desigualdad debido a las asimetrías de crecimiento y desarrollo económico. La capacidad de compra o eficiencia desde el punto de vista del consumidor no están plenamente garantizadas.

⁴⁷ *cfr.* Olsen, Niklas, *op. cit.*, p. 139.

⁴⁸ Escalante Gonzalbo, Fernando, *Historia mínima del neoliberalismo*, El Colegio de México, 2015, p. 66.

Desde otra perspectiva, encontramos que en las legislaciones nacionales se dan definiciones disímiles del término consumidor; estas se conocerán al desarrollar el campo del Derecho comparado en la obra de investigación. Sin embargo, mencionamos de manera genérica, las nociones del consumidor desde tres ópticas: concreta, abstracta y mixta.

Expertos en la materia, como Carlos Lasarte⁴⁹ reconocen la noción concreta o estricta, centrada fundamentalmente en quienes adquieren bienes o servicios para uso privado; y la noción abstracta o amplia, que incluye a todos los ciudadanos en cuanto a personas que aspiran tener una adecuada calidad de vida. Mientras otros agregan una tercera noción que es la mixta, caracterizada por la combinación de ambas nociones, dado que se puede ostentar de ambas calidades a la vez.

Al mismo tiempo, la civilista Teresa Hualde⁵⁰, ha desarrollado una disertación sobre el consumidor informado que disecciona las cualidades propias de las personas y su vinculación en el contexto social y cultural, expresado como el consumidor vulnerable, ya sea por su condición económica, así como su experiencia comercial y nivel educativo; esto atendiendo al carácter heterogéneo de los consumidores. De igual forma, existen otras valoraciones que califican al consumidor como activo y pasivo, mismo que alude al rol que juega el consumidor en el mercado.

En otro sentido, plantea Ghunter Flass⁵¹ que el consumidor “no es una categoría ontológica como la del trabajador, ciudadano, menor de edad, etc., sino una condición circunstancial que de momento asume la persona”, de igual forma, no todos son consumidores habituales y constantes, sin embargo, todos consumen incluso de manera indirecta, para el caso de aquellos que no dispongan de la capacidad económica o tecnológica para realizar un acto de consumo o se encuentren en la calidad de dependientes. En línea con esto, el presidente Kennedy

⁴⁹ *cfr.* Lasarte Álvarez, Carlos, *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, 6a. ed., España, Dykinson, 2014.

⁵⁰ *cfr.* Hualde Manso, Teresa, *Del consumidor informado al consumidor real. El futuro del Derecho de consumo europeo*, España, Dykinson, 2016.

⁵¹ Flass, Ghunter, “El concepto del consumidor”, *Anuario del Derecho Civil*, núm. 12, 2017, p. 14.

en su mensaje especial del 15 de marzo de 1962, sobre el interés de protección de los consumidores dirigido al Congreso de los Estados Unidos de América, dijo: “Consumers, by definition, include us all. They are the largest economic group in the economy, affecting and affected by almost every public and private economic decision. Two thirds of all spending in the economy is by consumers”⁵².

Desde otro ángulo, un punto común que revisaremos en la persona del consumidor está asociado con sus necesidades legítimas⁵³ y para lo cual, la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo⁵⁴ contempla once formas de protección, que incluyen el acceso a bienes y servicios esenciales, así como a información adecuada, promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores, promoción del consumo sostenible, disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación, entre otras. Las directrices de Naciones Unidas para la protección del consumidor⁵⁵ definen el término consumidor como “una persona física, con independencia de su nacionalidad, que actúa principalmente con fines personales, familiares o domésticos”. Esto nos remite a la inferencia que hacía Ulrich Beck sobre la globalización, en donde mencionó que se presenta una sociedad mundial sin

⁵² Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Manual on consumer protection*, Suiza, 2017, en https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplp2017d1_en.pdf, consultada el 20 de agosto de 2019, p. 2. Traducción propia: Consumidores por definición, nos incluye a todos. Son el más grande grupo económico en la economía, que es afectado y afectando por las decisiones económicas públicas y privadas. Dos tercios de todos los gastos en la economía son de los consumidores.

⁵³ Las necesidades legítimas son vistas como las prioridades de protección de los consumidores de manera genérica en la esfera global. Por lo tanto, no parten de la Teoría de necesidades de Abraham Maslow, misma que aborda de manera jerárquica cinco niveles (necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, de reconocimiento y de autosuperación).

⁵⁴ *cfr.* Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Directrices para la protección del consumidor*, 2016, en https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf, consultada el 20 de agosto de 2019.

⁵⁵ *Ibidem*, p. 6. Es de notar que algunas legislaciones nacionales como la mexicana, incluyen a la persona moral como consumidor bajo ciertos parámetros, de igual manera, entre los fines a los que se encuentra destinado, se puede incluir al profesional o de naturaleza económica. Pero lo anterior, no tiene contradicción con las directrices porque el instrumento es muy respetuoso sobre las consideraciones conceptuales que adopte cada Estado acorde a sus necesidades específicas.

Estado; de igual forma, para los consumidores globales donde no se tiene en cuenta su nacionalidad, se insertarían en esta tendencia de consumidores globales en una sociedad mundial sin Estado.

La concepción del consumidor ha implicado una serie de revisiones y enfoques acordes a su inmersión en la economía política de los países, y con el sistema capitalista se asentó la figura del consumidor como consumidores racionales y libres, que intervienen en el mercado como agentes económicos que ejercen a su vez derechos democráticos con el fin de satisfacer sus necesidades.

A manera de cierre, a continuación, ofrecemos nuestra definición del consumidor: Consumidor es el agente vulnerable y heterogéneo que adquiere bienes y/o servicios del mercado, acorde a sus diversas necesidades y empleando cierta racionalidad, razón por la que se convierte en el actor clave del sistema capitalista, mismo que lo hace partícipe de los espacios políticos y económicos, y que en su calidad de individuo se encuentra arraigado al contexto social y cultural del que es parte. Ahora bien, el consumidor en una economía globalizada representa la masa crítica, que consume los productos y/o servicios que circulan en el mercado global y que, según su contexto cultural y capacidades, tendrá afinidad y podrá acceder a ciertos ítems, mismos que ofertan las empresas que se auxilian de las TIC.

1.4. Comercio electrónico

En el contexto actual, el comercio internacional, expresado en el comercio electrónico, se ha acrecentado en todo el globo terráqueo bajo un modelo económico neoliberal, caracterizado por el tráfico jurídico en masa, la excesiva publicidad, aprovechamiento de las TIC, neuroventa, entre otras prioridades y estrategias de mercado; todo ello con el *target* del cliente: consumidor. Por esta coyuntura, estudiaremos el comercio internacional en el contexto de la globalización, precisamente el comercio electrónico y su interacción con los consumidores.

Para iniciar, aportaremos datos de la Asociación Mexicana de Internet que revela, en su estudio anual del comercio electrónico⁵⁶: “El 41% de los compradores en México compraron en algún comercio electrónico fuera de México en los últimos tres meses. Casi 5 de cada 10 compradores realizaron en 2018 compras a nivel internacional, destacando el mercado de Estados Unidos, destaca el crecimiento de las compras en comercios de Europa (16%)”. Consideramos que, a pesar de ser una encuesta de un segmento de la población, permite vislumbrar el gran impacto que tienen las TIC en la vida del ciudadano consumidor, por las bondades que tiene con las facilidades de acceso a los productos y servicios, cuando se tiene un nivel de información y dominio de las tecnologías, así como de la economía que representa comprar productos en plataformas de distribución masiva, que por esa misma razón tiene costos bajos.

Pero qué es el comercio electrónico, Virginia Vega⁵⁷ alude que son todas las formas de transacción relacionadas con actividades comerciales, donde se da el procesamiento y transmisión de datos. Adicionalmente, explica que existen dos tipos, el directo e indirecto, el primero cuando toda la fase de la compraventa se lleva íntegramente por el internet, y en el segundo, alguna de las fases (oferta y aceptación negocial) se lleva *online*, indicando así que en las restantes media la interacción física.

Nina Bürklin *et al.*⁵⁸ *Dicen al respecto: “e-commerce refers to any economic activity that is transacted online and encompasses a wide variety of technologies,*

⁵⁶ Asociación Mexicana de Internet, Estudio de Comercio Electrónico en México 2018, en <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/Estudio-de-Comercio-Electronico-en-Mexico-2018/lang,es-es/?Itemid=>, consultada el 16 de noviembre de 2019.

⁵⁷ *cfr.* Vega Clemente, Virginia, “Principios jurídicos que inspiran el comercio electrónico”, *Anuario de la Facultad de Derecho*, núm. 32, 2015-2016. De igual forma, desarrollan la perfección del contrato cuando la oferta y la aceptación entran en curso: Platero Alcón, Alejandro y Jiménez Asensio, Cristina, “El consumidor online en el ordenamiento jurídico español”, *Revista Nuevo Derecho*, vol. 13, núm. 21, julio-diciembre, 2017.

⁵⁸ Bürklin, Nina *et al.*, “*The historical development of social commerce*”, en Boardman, Rosy, Blazquez, Marta, Henninger, Claudia y Ryding Daniella (eds.), *Social commerce, Consumer behaviour in online environments*, Suiza, Palgrave Macmillan, 2019, p. 5. Traducción propia: Comercio electrónico refiere a cualquier actividad económica que se realiza en línea y comprende una amplia variedad de tecnologías, incluyendo, pero no

including, but not limited to e-mail, telephone, and mobile devices (e.g. tablets and mobile phones), and/or social media”, en este caso los autores se refieren a la transacción enteramente por medios digitales, destacando el uso de medios físicos electrónicos.

Desde otra faceta, Naciones Unidas⁵⁹ indica lo siguiente sobre el comercio electrónico:

Debe entenderse en el sentido de que abarca el comercio electrónico móvil, ha cobrado cada vez más importancia para los consumidores de todo el mundo y que las oportunidades que ofrece deben aprovecharse para contribuir a facilitar el desarrollo y el crecimiento económicos sobre la base de las nuevas tecnologías de red con computadoras, teléfonos móviles y dispositivos conectados que promueven el bienestar de los consumidores.

En este sentido, apreciamos que el comercio internacional ha encontrado un aliado en las TIC para facilitar el acceso y transar a nivel internacional con consumidores de diferentes latitudes de manera simultánea. Entre los riesgos de estas transacciones, se encuentran riesgos de carácter económico, social, cultural y jurídico; por ejemplo, existen aquellas que se circunscriben a situaciones donde se conceden datos personales que revisten una relevancia intrínseca del consumidor. Otro comportamiento que se presenta en los consumidores es que los mismos se ajustan a los patrones de consumo propiciados por el mercado, abandonando sus propios proyectos e intereses, o lo que podría ser su propia identidad y en el ámbito del derecho, cediendo parcelas que pueden entenderse como derechos conquistados, por el simple hecho de ser derechos consagrados como los derechos humanos. Por lo que cada vez se hace más imperante brindar la debida protección al consumidor, con mayor fuerza en la esfera internacional ante la desprotección existente; esto se podrá alcanzar a través de un marco normativo que establezca el innegable resguardo en transacciones internacionales.

limitándose a correo electrónico, teléfono y dispositivos móviles (por ejemplo, tabletas y teléfonos móviles) y/o redes sociales.

⁵⁹ Naciones Unidas, Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor, segundo período de sesiones, Ginebra, 3 y 4 de julio del 2017, en https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/cicplpd7_es.pdf, consultada el 29 de noviembre de 2019.

Para algunos estudiosos como Amanda Arley⁶⁰, “la protección del consumidor pertenece a la nueva generación de derechos difusos” que es parte del Estado de derecho social, que busca promover un marco mínimo de justicia social en las relaciones económicas empresa-consumidor en un sistema económico. Los derechos difusos cuentan con ciertas características como: naturaleza indivisible, colectividad indeterminada e inexistencia de vínculo jurídico con la empresa, en la tendencia de un mundo globalizado pareciera estar presentes para el consumidor global. Entonces, existen difusos peligros globales que son difícilmente previsibles, así como el reconocimiento de los límites interior-exterior en el marco de los Estados-nación, acorde a Ulrich Beck⁶¹.

El sistema económico debe estar en equilibrio con las diferentes partes que intervienen y las empresas deben ser las primeras en tener sus expresiones de la responsabilidad social empresarial, con el *stakeholder* del cliente consumidor, porque representa una relación *win-win*, que le brindará un mayor posicionamiento en el mercado y que le permitirá tener consumidores de diferentes países, por ende, una mayor cartera de clientes satisfechos.

Cristina Aristizábal-Johnson⁶² expresa que el desarrollo económico de los Estados debería partir de una economía que promueva el nivel de vida de los ciudadanos, el cual se puede medir como se hace tradicionalmente, según el ingreso per cápita o por la cantidad de bienes y servicios consumidos por estos, ya esto último como un enfoque de consumo. Siendo así, afirma la autora que el “desarrollo económico debe evaluarse entonces desde los individuos”; esta última frase, desde nuestra perspectiva representa una máxima para los análisis

⁶⁰ Arley Orduña, Amanda María, “Necesidad de una protección al consumidor transfronterizo como obligación de un estado de derecho social internacional”, en Uscanga Barradas, Abril y Fernández Suárez, Jesús Aquilino (Dir.), *Derechos y obligaciones en el Estado de Derecho: Actas del III Coloquio Binacional México-España*, 2017, p. 391.

⁶¹ *cfr.* Beck, Ulrich, “Teoría de la modernización reflexiva”, en Beriain, Joxetxo (comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, trad. de Celso Sánchez Capdequí, España, Anthropos, 1996.

⁶² *cfr.* Aristizábal-Johnson, Cristina, “Falta de protección del consumidor internacional como situación que desfavorece el desarrollo económico global”, *Journal of International Law*, vol. 5, 01, enero-junio, Colombia, 2014.

económicos en diferentes trincheras, tanto empresariales como gubernamentales. Es decir, el desarrollo económico no debería simplemente medirse en términos cuantitativos, sino tomando en cuenta la satisfacción de las necesidades como un estándar para un nivel de vida adecuado del ciudadano consumidor.

Ahora bien, respecto al comercio electrónico precisamos referirnos a las nuevas tecnologías, su complejidad y valores. La Organización Mundial del Comercio (OMC)⁶³ alude que el tratamiento de los macrodatos que proceden de los consumidores -en el ecosistema de las TIC- permite una nueva ventana de oportunidades, así como de desafíos; entre los desafíos encontramos la seguridad informática y confianza del cliente consumidor.

Los desafíos se relacionan con la posición y condición de los consumidores en la contratación electrónica sobre todo lo que implica la tecnología y sus avances. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁶⁴ (OECD, por sus siglas en inglés) desarrolla algunas líneas de acción para reducir tal vulnerabilidad: *“Targeted policies, investment in ICT access and competencies, and education and awareness campaigns can all help to protect and empower vulnerable consumers in the digital age. There is also likely to be a role for businesses and consumer protection authorities in promoting better business practices”*.

Por otra parte, la OMC⁶⁵ arguye que los datos generados por la personalización masiva serán terminantes para vislumbrar la composición del

⁶³ *cf.* Organización Mundial del Comercio, Informe sobre el Comercio Mundial 2018: El futuro del Comercio Mundial: cómo las tecnologías digitales están transformando el comercio global, Suiza, 2018, en https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr18_s.htm, consultada el 29 de noviembre de 2019.

⁶⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Challenges to consumer policy in the digital age, Background Report, G20 International Conference on Consumer Policy*, Tokushima, Japón, 5-6 septiembre 2019, p. 35, en <https://www.oecd.org/sti/consumer/challenges-to-consumer-policy-in-the-digital-age.pdf>, consultada el 31 de mayo de 2020. Traducción propia: Políticas focalizadas, inversión en el acceso y competencias a las TIC, campañas de sensibilización y educación pueden ayudar a proteger y empoderar a los consumidores vulnerables en la era digital. También es probable que tengan un rol las empresas y autoridades de protección del consumidor en la promoción de mejores prácticas de negocio.

⁶⁵ *cf.* Organización Mundial del Comercio, *op. cit.*, p. 102.

comercio, misma que se apoyará en la minería de datos⁶⁶ para determinar los patrones de consumo de los clientes y en general, del sector del mercado, esto encaminado en la toma de decisiones estratégica por parte de las empresas. Pareciera positiva esta personalización diferenciada, aunque traiga consigo cambios radicales sujetos a las tecnologías, mismos que de manera automática determinarán los gustos y preferencias, y del cual en un futuro los sujetos se encontrarán a expensas de las decisiones realizadas por la inteligencia artificial. Esperamos que estos paradigmas sean solamente presunciones y que se preserve la esencia humana en las diferentes innovaciones tecnológicas.

La proyección futura que aporta la OMC⁶⁷ señala que las compras en línea serán la primera opción para adquisición de productos por sus bajos costos y personalización masiva.

Ante este panorama, tenemos que mantener la atención a la evolución y desarrollo tecnológico, así como al estudio del comportamiento social ante estos cambios sociales, que seguramente serán diferentes según las generaciones que han o no han crecido con las TIC.

Uno de los referentes a nivel internacional, como una agencia que aglutina diferentes agencias nacionales de protección de los consumidores, *Consumer International*⁶⁸ aporta una visión optimista al expresar:

⁶⁶ Vallejo Ballesteros, Henry Fernando *et al.*, “Minería de datos”, *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, vol. 2, núm. especial, 2018, p. 340. Minería de datos, “es un conjunto de técnicas y tecnologías que permiten explorar grandes bases de datos, de manera automática o semiautomática, con el objetivo de encontrar patrones repetitivos que expliquen el comportamiento de estos datos”. En este sentido, tal proceso funge como una herramienta que hace posible la obtención de conocimiento analítico para la interpretación de hechos, variables o una proyección futura acorde a una tendencia marcada.

⁶⁷ *cfr.* Organización Mundial del Comercio, *op. cit.*, p. 103.

⁶⁸ *Consumer International, Summit 2019, Highlights Report*, en <https://www.consumersinternational.org/summit-2019/>, consultada el 29 de noviembre de 2019. Traducción propia: Los consumidores operan cada vez más en un mercado híbrido que está en ambos espacios, fuera de línea y en línea, móvil y basado en computadoras, y nacional e internacional. Esto demuestra cómo los consumidores están dispuestos a aprovechar las oportunidades que ofrece la nueva tecnología, pero, cuando pueden, mezclan y combinan para compensar algunos de los desafíos. Sin embargo, esto siempre será un desafío mayor para consumidores de bajos ingresos o

Consumers increasingly operate in a hybrid marketplace that is both offline and online, mobile and computer based, and national and international. This demonstrates how consumers are keen to embrace the opportunities that new technology offers but, when they can, mix and match to compensate for some of the challenges. However, this will always be more of a challenge for low-income consumers or consumers in isolated areas where a mobile phone or a shared connection may be their only option.

Con base en ello, se afirma que la tecnología brinda un abanico de oportunidades, del cual no todos los consumidores pueden tener acceso, ya sea por las condiciones estructurales de sus países o por el nivel de vida de estos. En definitiva, es necesario mejorar la protección de los consumidores y es beneficioso no sólo para los consumidores sino también para las empresas, porque tendrán la satisfacción de sus clientes: los consumidores. De modo complementario, debemos indicar que las TIC también discriminan a aquellos que no pueden acceder a ellas, ya sea por sus limitaciones educativas, económicas o de otra índole.

Como conclusión, consideramos que una de las principales acciones fomentadas por los Estados y las empresas deben estar encaminadas en gestionar el riesgo de seguridad digital y en tomar medidas de seguridad que protejan a los consumidores en el comercio electrónico. Adicionalmente, fortalecer el marco normativo para atender los desafíos que representa el comercio electrónico a los consumidores, mediante una regulación especial que abarque todos los aspectos del comercio electrónico vinculado con los consumidores, retomando las experiencias de otros países con una visión prospectiva del desarrollo tecnológico y que contemple las diferentes fases de la transacción electrónica, antes, durante y después. Por último, que contemple con especial atención los métodos alternos de resolución de conflictos por la vía electrónica para estar a tono con el comercio internacional y los consumidores que intervienen con procedencia de diferentes países.

consumidores en áreas aisladas donde un teléfono móvil o una conexión compartida puede ser su única opción.

1.5. Contratación electrónica

El comercio electrónico cobra dinamismo en las relaciones de consumo cuando se da la universalización del internet, bajo el paraguas de la sociedad de la información, que tiene como eje toral la gestión del dato e información. Aunque antes de llegar a los consumidores, el empleo de medios telemáticos para llevar a cabo transacciones económicas se encontraba en la cancha de los empresarios, lo que se conoce como B2B (*Business to Business*), hasta que se hicieron extensivas a las transacciones con los consumidores, entendidas como B2C (*Business to Consumer*).

Virginia Vega⁶⁹ advierte que el fenómeno del comercio electrónico significa una nueva forma de contratación negocial, que representa un reto por la confluencia de diferentes legislaciones y por la necesidad de garantizar la confianza entre consumidores y empresarios.

*Consumer International*⁷⁰ hace un análisis donde refleja que la mitad de la población mundial no cuenta con acceso al internet, lo que deviene en un limitando acceso al comercio electrónico. Los índices de uso del internet por regiones del mundo, ubica en los primeros lugares a: Norteamérica con 88.1%, Europa con 77.4%, Oceanía/Australia con 68.1% y América Latina/Caribe con 59.6%. A primera vista, el acceso al internet obedece a los niveles de desarrollo social y económico de los países, lo que también se puede situar con la calificación de país desarrollado y de ahí el orden de prelación de las diferentes regiones.

En cuanto a la contratación electrónica, Agustín Madrid ⁷¹ expresa que “la transmisión y constancia de la información en soporte electrónico permitía que las

⁶⁹ cfr. Vega Clemente, Virginia, “Revolución tecnológica...”, *cit.*, pp. 163-165.

⁷⁰ cfr. *Consumer International*, Sesión informativa sobre el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores 2018: Acceso al comercio electrónico. Hacer mercados digitales más justo, en https://www.consumersinternational.org/media/154773/access_briefing_spanish.pdf, consultada el 31 de mayo de 2020.

⁷¹ Madrid Parra, Agustín, “Desarrollo del Comercio Electrónico en el Mundo. El papel de la CNUDMI/UNCITRAL. Pasado, presente y futuro”, en Pastor García, Alicia María y Martens Jiménez, Isabel Luisa (coords.), *El Mercado Digital en la Unión Europea*, Madrid, Reus, S.A., 2019, p. 28.

relaciones jurídicas, en general, y las contractuales en particular, se pudiesen instrumentar por medios electrónicos”. Añádase a esta perspectiva la acentuación de la contratación electrónica como un medio, presentada por José Castillo⁷² al indicar que cuando hablamos de contratación electrónica, por tanto, estamos haciendo referencia al “medio a través del cual se transmiten las voluntades negociales y no al objeto sobre el que recae el contrato”. En este tenor, tanto el uso del internet como de la contratación electrónica son medios que facilitan y han hecho evolucionar la contratación tradicional por medios físicos, ahora por medios digitales.

En este contexto, se visualiza como un tema emergente, la protección del consumidor en el mercado híbrido, dado que se están incrementando las operaciones en dicho mercado (*offline and online*) y a nivel nacional e internacional. *Consumer International*⁷³ señala:

Consumer protection is clearly struggling to keep up with the speed of change. An UNCTAD report found that only 52% of countries could provide information about consumer protection legislation that relates to e-commerce. Without consistent consumer protection it will be difficult to improve consumer trust regardless of the market or the means of access.

Por lo que urge reforzar la seguridad jurídica en las transacciones electrónicas, máxime en el contexto internacional dado que a nivel nacional se atienden hasta cierta medida las operaciones de comercio interno entre consumidores y empresas radicadas en la jurisdicción nacional. Sin embargo, en la esfera internacional queda descubierta una cobertura de este tipo de operaciones, suelen canalizarse a la jurisdicción competente según las leyes de conflicto, pero

⁷² Castillo Parilla, José Antonio, “El Impulso Normativo Europeo en el marco de la Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa y los principios de la contratación electrónica en España. Especial referencia al contrato para el suministro de contenido digital”, en Pastor García, Alicia María y Martens Jiménez, Isabel Luisa (coords.), *El Mercado Digital en la Unión Europea*, Madrid, Reus, S.A., 2019, p. 104.

⁷³ *Consumer International, Summit 2019, Highlights Report*, en <https://www.consumersinternational.org/summit-2019/>, consultada el 29 de noviembre de 2019. Traducción propia: La protección del consumidor claramente está luchando por mantenerse al día con la velocidad del cambio. Un informe de la UNCTAD descubrió que solo el 52% de los países podían proporcionar información sobre la legislación de protección del consumidor relacionada con el comercio electrónico. Sin una protección consistente del consumidor, será difícil mejorar la confianza del consumidor independientemente del mercado o los medios de acceso.

en este caso, el consumidor en su desventaja se ve limitado para acceder a mecanismos judiciales de otro país u alternativos, por los altos costos que pueden traer consigo, así como limitantes de índole cultural. A tono con lo anterior, *Consumer International* ve una oportunidad: *Improving protection for online consumers, and developing effective means of complaints handling and redress, will help to build consumer trust which is good for business and consumers*⁷⁴.

Como corolario, podemos advertir que la contratación electrónica en el mercado digital requiere una regulación legislativa en la esfera internacional que homologue y establezca un estándar de protección común para los consumidores.

1.5.1. Principios que tutelan la contratación electrónica

A continuación, se desarrollan los principios que regulan la institución de la contratación electrónica, mismos que se basan en la Ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Mercantil Internacional (CNUDMI) de 1996 sobre el comercio electrónico, más específicamente los primeros tres, ya que los últimos dos son principios de la usanza en la contratación mercantil tradicional.

De las diferentes definiciones que aporta la Ley modelo de la CNUDMI sobre el comercio electrónico⁷⁵, a la cual nos referiremos en adelante como LMCE, requerimos presentar el concepto de “mensaje de datos”: “Se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax”. Esto es consecuente en la Sociedad de la Información, por ello su relevancia en la contratación electrónica.

⁷⁴ *Idem*, p. 5. Traducción propia: Mejorar la protección para los consumidores en línea y desarrollar medios efectivos para el manejo de reclamos y compensación, esto ayudará a construir la confianza del consumidor, lo cual es bueno para el negocio y los consumidores.

⁷⁵ Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Mercantil Internacional, Ley modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico con la Guía para su incorporación al derecho interno 1996, con el nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998, en <https://uncitral.un.org/es/texts/ecommerce>, consultada el 17 de junio de 2020, p. 4.

1) Principio de equivalencia funcional

Basado en el artículo 5 de la LMCE que reza: “No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos”⁷⁶. Con ello, denotamos que versa en la eficacia que puede constituir el acto jurídico por medios electrónicos; de igual forma, no se hace una equiparación *per se* del mensaje de datos con la documentación en físico porque gozan de obvias diferentes calidades.

Virginia Vega⁷⁷ advierte que en cuanto a la función de la instrumentación del acto jurídico que se daría de manera escrita y autógrafa, es igual al instrumentarse de manera electrónica y por mensaje de datos. Por otra parte, José Castillo⁷⁸ y Agustín Madrid⁷⁹ encuentran el principio de no discriminación desde una “formulación negativa” o “dimensión negativa”, al no discriminarse el valor jurídico de las declaraciones de voluntad emitidas a través de medios electrónicos. Podríamos inferir que, por la naturaleza de la contratación electrónica, este principio vino a facilitar y dar legitimidad y valor jurídico a la celebración negocial por medios telemáticos.

2) Principio de neutralidad tecnológica

Por los vertiginosos cambios que se dan con los avances tecnológicos, este principio se deja abierto y flexible para la adaptación a las nuevas tecnologías. De esta forma lo asevera José Castillo⁸⁰, al decir que “el principio de neutralidad tecnológica busca elaborar reglas neutrales, es decir, que no estén asociadas a un determinado tipo de tecnología”. Por lo tanto, este principio es previsor de nuevas

⁷⁶ *Ibidem*, p. 5.

⁷⁷ *cfr.* Vega Clemente, Virginia, “Principios jurídicos...”, cit., p. 15.

⁷⁸ *cfr.* Castillo Parilla, José Antonio, *op. cit.*, pp. 108-109.

⁷⁹ *cfr.* Madrid Parra, Agustín, *op. cit.*, pp. 44-45.

⁸⁰ Castillo Parilla, José Antonio, *op. cit.*, p. 111.

tecnologías y no se limita exclusivamente a unas existentes en la actualidad, sino que es cauto en dejar abierto el campo para las futuras tecnologías.

3) Principio de inalterabilidad del derecho preexistente de obligaciones y contratos privados

Dicho principio alude al hecho que la contratación por medios electrónicos es simplemente el medio; por ello, no implica una modificación sustancial al Derecho de obligaciones y contratos. Para José Castillo⁸¹, el principio implica que “las reglas que regulan un contrato electrónico serán las mismas que regularán dicho contrato si se celebra por otros medios”. En ese mismo sentido lo expresa Virginia Vega⁸² al señalar que “las transacciones electrónicas son simplemente un nuevo soporte para la transmisión de la voluntad negocial pero no un nuevo Derecho regulador de las mismas”. Entonces, no se alterará ya el derecho tradicional relativo a las obligaciones y contratos privados, por el simple uso de medios telemáticos.

4) Principio de buena fe

En el artículo 3 de la LMCE, se indica que en la interpretación del mismo cuerpo normativo deberá hacerse observancia de la buena fe, dicho principio es uno de los ejes centrales de la contratación privada nacional e internacional, sobre éste se sustenta el valor de los acuerdos de voluntades. José Castillo⁸³ alude que “la buena fe se traduce en un comportamiento honesto, conforme con las normas éticas y sociales imperantes en una comunidad, de tal manera que las partes puedan confiar en que la apariencia que el otro crea se corresponde con la realidad y con su voluntad”. En general, la buena fe es un elemento esencial de las obligaciones contractuales, que se expresan mediante el intercambio de bienes y servicios a nivel nacional e internacional.

⁸¹ Castillo Parilla, José Antonio, *op. cit.*, p. 109.

⁸² Vega Clemente, Virginia, “Principios jurídicos...”, *cit.*, p. 17.

⁸³ Castillo Parilla, José Antonio, *op. cit.*, p. 112.

5) Principio sobre la libertad contractual

La autonomía de voluntad o libertad contractual es uno de los elementos génesis en la teoría general de los contratos, mismo que desde la perspectiva del consumidor tiende hacia una textura abierta, ya que el factor volitivo bajo ciertas condicionantes impuestas mediante cláusulas puede que no sean completamente acorde a los intereses de la parte consumidora, además de que no se cuenta con la facultad negociadora para petitionar la modificación de dichas estipulaciones, por lo que se encuentra una relación jurídica de desequilibrio, donde la parte del consumidor es la parte vulnerable y débil de la relación contractual.

Para Adriana Dreyzin⁸⁴, este principio es un eufemismo porque en la realidad el proveedor impone y el consumidor asume o no, esto se da en los contratos de adhesión, contratos tipos o condiciones generales de contratación, mismas que ya vienen predefinidos por el proveedor y el consumidor sólo debe aceptar. Y esto es más preocupante para los contratos de consumo en línea que exhiben cláusulas de autonomía conflictual y de elección en específico para los casos de resolución de conflictos.

No obstante, se concibe en el instrumento de derecho suave, la LMCE⁸⁵, artículo 4, numeral uno, que las partes pueden disponer y modificar los acuerdos. Siendo así, la libertad contractual se expresa en la máxima de la autonomía de voluntad que se presenta entre las partes contractuales, donde cada una hace manifiesta sus pretensiones y llegan a un acuerdo correspondiente a sus intereses.

⁸⁴ *cfr.* Dreyzin de Klor, Adriana, “El Derecho Internacional Privado y las relaciones de consumo”, *Revista de la Facultad*, vol. 5, núm. 1, 2014.

⁸⁵ Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Mercantil Internacional, Ley modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico con la Guía para su incorporación al derecho interno 1996, con el nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998, en <https://uncitral.un.org/es/texts/ecommerce>, consultada el 17 de junio de 2020, p. 5. Artículo 4, numeral uno: Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre las partes que generan, envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del capítulo III podrán ser modificadas mediante acuerdo.

Virginia Vega⁸⁶ citando a Illescas Ortiz expresa que en el comercio electrónico existen cuatro excepciones de la libertad de pacto o autonomía de la voluntad:

Excepciones en materia de confidencialidad de los datos electrónicamente intercambiados con fines negociales, libremente negociables en la Unión Europea y algunos países terceros; excepciones relativas a la responsabilidad, especialmente en el caso de contratos realizados entre empresarios y consumidores; excepciones relativas a la libertad de establecimiento del prestador de servicios de certificación de firmas electrónicas; excepciones al reconocimiento de la firma electrónica emitida en país distinto de aquel en el cual pretende producir efectos.

Por último, es relevante destacar que la LMCE⁸⁷ contempla en su guía para incorporación al derecho interno que “la legislación protectora del consumidor puede gozar de prelación sobre el régimen de la Ley Modelo”, ya que se considera la posibilidad de que el derecho doméstico de protección al consumidor sea superior en los aspectos del empleo de los sistemas de información.

1.6. Contratos de adhesión

La contratación en masa ha originado que las empresas establezcan contratos en serie que ya tienen predeterminadas condiciones generales y cláusulas de adhesión. Se dice que son de adhesión porque el consumidor sólo se adhiere a ellas, y en este contexto no pueden ser modificadas mediante la negociación. Los contratos de adhesión (*Standard type form*), también se conocen como formularios o contratos con cláusulas predispuestas, tienen la característica que las cláusulas son establecidas por el empresario-proveedor, quién a su vez realiza la producción en masa y consecuentemente la contratación en masa.

Iñigo de la Maza⁸⁸ encuentra que los contratos de adhesión lesionan la libertad de configuración de los contratos, a cambio de la reducción de costos de negociación, pero esto deja a una parte: la del consumidor sin sentido económico.

⁸⁶ Vega Clemente, Virginia, “Principios jurídicos...”, cit., p. 23.

⁸⁷ *Ibidem*, pp. 25-26.

⁸⁸ *cfr.* De la Maza Gazmuri, Iñigo, “Contratos por adhesión y cláusulas abusivas ¿Por qué el Estado y no solamente el mercado?”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, núm. 1, 2003.

Aun así, el autor ve positivo que, en la distribución de riesgos, estos recaigan en el empresario-proveedor y, por otra parte, los contratos de adhesión no hacen diferenciación alguna entre los consumidores, porque los trata por igual, nuevamente resalta el debate de la homogenización económica que se da cuando los consumidores son evidentemente heterogéneos, pero para razón del mercado es preferible tener dicha concepción.

De manera similar, Jassir Álvarez y Belinha Herrera⁸⁹ ven en los contratos de adhesión una amenaza para la libertad contractual en el orden jurídico moderno, para ellos: “El foco o centro del concepto del contrato por adhesión se encuentra en su forma de celebración, pues implica que una de las partes se adhiere a la propuesta contractual diseñada y elaborada por su contraparte”, con ello se afirman los caracteres que hemos subrayado con anterioridad.

Desde otra perspectiva, en las legislaciones de protección al consumidor encontramos que definen el contrato de adhesión: verbigracia. En México se entiende que este contrato es “...elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables...”⁹⁰, mismas que no deberán contener prestaciones desproporcionada, inequitativas o abusivas a cargo del proveedor. Esto último nos hace inferir, que en el tráfico jurídico es admisible la operación de los contratos de adhesión, siempre y cuando no ubiquen en una posición de desventaja aún mayor, al consumidor. Adicionalmente, en la ley especial se regula la revisión y aprobación de este tipo de contrato por parte por parte de la instancia rectora.

⁸⁹ Álvarez Estrada, Jassir y Herrera Tapias, Belinha, “Contrato por adhesión y relación de consumo en el Estatuto del Consumidor Colombiano”, *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 22, núm. 1, enero-marzo, 2016, p. 169.

⁹⁰ Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de diciembre de 1992, México. 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.

Bajo la Tesis aislada 1a. CI/2015 (10a.)⁹¹ PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. LA VÍA IDÓNEA PARA SOLICITAR LA NULIDAD DE LAS CLÁUSULAS DE UN CONTRATO DE ADHESIÓN ES LA ORDINARIA MERCANTIL. La tesis nos refiere que se debe atender la naturaleza del contrato, al ser evidentemente mercantil y poner en desventaja a los consumidores, se recurre a la Ley Federal de Protección al Consumidor para determinar si el contrato reúne los requisitos que la ley exige, también para determinar los efectos de la nulidad corresponde de manera supletoria el Código Civil Federal. Acorde a la Tesis aislada I.7o.C.155C⁹², la declaración de nulidad es competencia de la autoridad judicial.

Asimismo, observamos bajo la Tesis aislada I.4o.C.39C (10a.)⁹³, los principios aplicables para la interpretación de los contratos de adhesión: Interpretación en contra del estipulante (*contra stipulatorem*) y las condiciones generales deben prevalecer sobre las particulares, cuando resulten más beneficiosas para el adherente.

En Nicaragua⁹⁴, este tipo de contrato se define en base a las cláusulas establecidas unilateralmente por el proveedor, sin que medie la posibilidad de negociar, lo que llevaría a modificar su contenido. Entonces, las cláusulas están elaboradas de previo y no se pueden modificar. Por lo que el consumidor se supedita a aceptar las estipulaciones de este.

En síntesis, encontramos que los contratos de adhesión son una realidad del orden jurídico moderno que tiende a obedecer a las fuerzas del libre mercado, en

⁹¹ Tesis aislada, 1a. CI/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008649, Materia Administrativa y Civil, t. II, marzo de 2015, p. 1108.

⁹² Tesis aislada, I.7o.C.155C, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 163382, Materia Civil, t. XXXII, diciembre de 2010, p. 1749.

⁹³ Tesis aislada, I.4o.C.39C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2012467, Materia Civil, t. IV, septiembre de 2016, p. 2647.

⁹⁴ Ley 842, Ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, Ley publicada en el Diario Oficial La Gaceta, el 11 de julio de 2013, Nicaragua. Artículo 5: Definiciones. Contrato por adhesión: Es aquel cuyas cláusulas son establecidas unilateralmente por la persona proveedora de bienes o servicios, sin que la persona consumidora o usuaria pueda negociar o modificar su contenido al momento de contratar.

específico, por la situación de la contratación en masa, esto deviene en una relación costo-beneficio que podrá llegar a ser admisible si dichas cláusulas unilaterales no afectan los intereses del consumidor, de manera abusiva, desequilibrada e inequitativa en cuando a derechos y obligaciones de los consumidores.

1.7. El derecho del consumo y su conexión con los Derechos Humanos

Antes de abordar la conexión entre el derecho del consumo y los derechos humanos, haremos una sucinta alusión a los derechos humanos y los derechos fundamentales, con el fin de resaltar los puntos de proximidad, es decir, cómo descienden a los sistemas jurídicos nacionales. Los derechos humanos son descritos como un “conjunto de prerrogativas”⁹⁵, que tienen “la dignidad como principio básico arraigado en el ser”⁹⁶ y que por el valor que exhibe es plausible de “respeto universal”⁹⁷, entre otras características. Los derechos humanos se constituyen en el marco del derecho internacional, y luego se convierten en derechos fundamentales cuando son integrados como dispositivos constitucionales en la Carta Magna de cada país, como señala Ricardo Tapia⁹⁸, cuando son positivizados en textos normativos. Una vez suscritos a una cobertura nacional, se contemplan garantías que actúan como mecanismos de tuición de los derechos fundamentales.

Con base en lo anterior, interesa discernir en este apartado, la conexión sustantiva del derecho del consumo con los derechos humanos, en vista de la tendencia desarrollada en las últimas décadas, hacia la tutela de derechos de los

⁹⁵ Comisión Nacional de los Derechos Humanos, ¿Qué son los derechos humanos?, en <https://www.cndh.org.mx/derechos-humanos/que-son-los-derechos-humanos>, consultada el 25 de febrero de 2021.

⁹⁶ Mejía Cáez, Miguel Ramón, “El derecho internacional de los derechos humanos, un nuevo concepto”, *Justicia*, núm. 32, julio-diciembre, 2017, p. 48.

⁹⁷ Naciones Unidas, Declaración Universal de los Derechos Humanos, en <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>, consultada el 28 de febrero de 2021.

⁹⁸ *cfr.* Tapia Vega, Ricardo, “Reflexiones sobre derechos humanos, derechos fundamentales y garantías”, *Contextos Jurídicos en claves de Derechos Humanos*, México, Ediciones Eternos Malabares, 2017.

consumidores con incidencia individual y colectiva, que como punto común encuentran su argumento en la dignidad humana.

La asimilación del derecho del consumo o derecho de acceso al consumo, como parte de los derechos humanos ha constituido un debate entre los doctrinarios de diferentes países, ya sea porque, a nivel de sus derechos internos, se contemplan con rango constitucional los derechos humanos procedentes del ámbito internacional o porque consideran como una aberración seguir sumando otros derechos a los derechos humanos, lo que podría llegar a diluirlos y perder su significancia. A continuación, presentamos el debate que se ha sostenido.

Uno de los exponentes que entiende la configuración del derecho del consumo como derechos humanos es Carlos Tambussi; para este autor la relación de consumo integra bienes jurídicamente protegidos y valores aceptados internacionalmente como parte de los derechos humanos, que tiene su eje total en la dignidad humana, así como la finalidad de la calidad de vida. Bajo esta lógica, el jurista señala: “Los derechos humanos y derechos del consumo forman parte de un mismo sistema y son interdependientes, compartiendo un común fundamento (la dignidad humana)”⁹⁹. Es por ello, que, aunque los derechos de los consumidores tienen una dimensión económica, es decir, es el primer carácter que resalta cuando se habla de estos derechos, el *homo economicus*, no debería entenderse únicamente desde esta perspectiva, sino en el amplio bagaje de derechos conexos que se entrecruzan en la calidad de la persona, estos asociados con el derecho a la salud, alimentación, seguridad, etc.

En línea con lo anterior, en Argentina se dio la reforma y unificación de los Códigos Civil y Comercial¹⁰⁰, estableciendo en el artículo referido a las fuentes y

⁹⁹ Tambussi, Carlos Eduardo, “Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos”, *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad de Alas Peruanas*, vol. 12, núm. 13, 2014, p. 96.

¹⁰⁰ Ley 26.994, Código Civil y Comercial de la Nación, promulgado según decreto 1795/2014 de la República de Argentina. Artículo 1. Fuentes y aplicación. Los casos que este Código rige deben ser resueltos según las leyes que resulten aplicables, conforme con la Constitución Nacional y los tratados de derechos humanos en los que la República sea parte. A tal efecto, se tendrá en cuenta la finalidad de la norma. Los usos, prácticas y costumbres son vinculantes cuando las leyes o los interesados se refieren a ellos o en

aplicación que serán con base en la Constitución Nacional y los tratados de derechos humanos. En esta misma sintonía al especificar la relación del consumo, indica que se considera “consumidor a la persona humana o jurídica”. Es reconocido que los diferentes ordenamientos jurídicos titulan a las partes de diferentes formas: verbigracia; en Nicaragua existen la persona natural y jurídica; en México, la persona física y moral; ahora en Argentina, persona humana o jurídica. A pesar de ello, consideramos que Argentina trasciende al expresar que la otra parte que coexiste a la jurídica es una persona humana.

Por otra parte, en México no se define lo que es la relación de consumo¹⁰¹, aunque se alude a ella entre líneas. Sin embargo, desde el año 2011 se amplía la parte dogmática de la Constitución Política ubicando los derechos humanos a la par de la carta magna, lo que se concibe como el bloque de constitucionalidad. Razón que ha devenido en un realce y priorización en materia de derechos humanos.

Ciertamente el análisis antes esbozado, tiene una evaluación del derecho del consumo desde su aspecto subjetivo y objetivo en la relación de consumo, que se encuentra estrechamente vinculado con los derechos humanos, en la categoría de los derechos de tercera generación, que para académicos como Iris Benöhr¹⁰², se podrían considerar derechos humanos de carácter internacional. Lo que se observa en el contenido de las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, misma que dirige sus esfuerzos a los países en vías de desarrollo con

situaciones no regladas legalmente, siempre que no sean contrarios a derecho. Artículo 1092. Relación de consumo. Consumidor. Relación de consumo es el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. Se considera consumidor a la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda equiparado al consumidor quien, sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

¹⁰¹ Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de diciembre de 1992, México. Artículo 2.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.

¹⁰² *cfr.* Benöhr, Iris, *EU Consumer Law and Human Rights*, Oxford, University Press, 2013, pp. 47-48.

la promoción de leyes y políticas públicas de protección, contempla en la primera necesidad legítima: “El acceso de los consumidores a los bienes y servicios esenciales”¹⁰³.

El acceso al consumo es un derecho que aplica a todos los individuos y es universal. Iris Benöhr advierte “*consumer protection may develop as a new extension or ‘generation’ of international human rights law, emerging in response to globalization and recent technological evolution*”¹⁰⁴. Por lo tanto, esta nueva generación de derechos nace como un derecho humano con cualidades muy propias de la materia consumeril, que protege al débil jurídico, transita entre diferentes disciplinas, choca con el sistema económico mundial imperante, cuenta con una dimensión económica-social muy marcada donde la calidad de derecho fundamental será siempre controversial.

Ahora bien, Carlos Tambussi¹⁰⁵ sostiene que los derechos de los consumidores pertenecen al marco de los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales (DESCA), porque contempla las condiciones de vida, acceso a bienes y servicios, satisfacciones de necesidades y todo ello bajo el paraguas tuitivo de la dignidad humana; de esta manera, ve los derechos de los consumidores como una especie de los derechos humanos.

En la misma línea, Eduardo Torres¹⁰⁶ considera los derechos de los consumidores como auténticos derechos humanos, coincidiendo con el encasillado bajos los DESCA y aunando en su análisis, que no se contemplan en tratados internacionales de manera expresa porque son derechos relativamente jóvenes,

¹⁰³ Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Directrices para la protección...*, cit., p. 6.

¹⁰⁴ Benöhr, Iris, *op. cit.*, pp. 48-52. Traducción propia: La protección del consumidor puede desarrollarse como una nueva extensión o “generación” del derecho internacional de los derechos humanos, surgiendo en respuesta a la globalización y la evolución tecnológica reciente.

¹⁰⁵ *cfr.* Tambussi, Carlos Eduardo, “Consumidores, usuarios y la constitucionalización del Derecho Privado en el Nuevo Código Civil y Comercial de la Argentina”, *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad de Alas Peruanas*, vol. 17, núm. 14, 2016.

¹⁰⁶ *cfr.* Torres Buteler, Eduardo, “La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos”, *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de Córdoba*, vol. 2, 2013.

que fueron tomando fuerza en la regulación consumeril a partir de los años ochenta. Tales derechos representan un vehículo social de protección general que le atañe a la persona humana, además, de que los tratados sólo establecen un estándar mínimo, por lo que no excluye aquellos no contemplados.

Tatiana González¹⁰⁷ ve en sentido positivo la equiparación que se pueda hacer de los derechos del consumidor como derechos humanos, y lo expresa de la siguiente forma: “el hecho de etiquetar estos derechos del consumidor como derechos humanos permita revertir un poco el inicuo ambiente normativo en que se hallan los mismos, pudiendo fraguar una exigencia en su protección dada tal naturaleza atribuida”. Por todo lo anterior, nos identificamos con los criterios de los autores, dado que se compele a la máxima de la dignidad humana en la figura del ser humano que es consumidor.

Por otra parte, José Sahián¹⁰⁸ advierte que al tratar de vincular los valores que tutelan a los consumidores con los derechos humanos, puede en vez de fortalecerlos, debilitarlos, lo que crea un clima perjudicial para los derechos humanos existentes, perdiendo de esta forma la conquista sin igual que se logró con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Puede que tenga una parcela de la concepción axiológica de los derechos humanos, en el campo social y que se atiende desde el Estado social de derechos, sin embargo, los derechos de los consumidores tendrían una tutela aminorada en comparación con los derechos humanos.

En síntesis, aducimos que cada Estado define en el marco de su soberanía y contexto social el ajuste en su ordenamiento jurídico, las nuevas reformas, tal es el caso de Argentina con el Nuevo Código Civil y Comercial o el de México con su bloque constitucional; todo ello apropiado a los diferentes hechos acaecidos en estos territorios.

¹⁰⁷ González Rivera, Tatiana Vanessa, “La eclipsada protección de los consumidores en el contexto global, bosquejando una normativa internacional”, en Tapia Vega, Ricardo y Moreno Castillo, María Asunción (coords.), *Hacia el ámbito del Derecho Empresarial*, México, Ediciones Eternos Malabares, 2017, p. 167.

¹⁰⁸ *cfr.* Sahián, José Humberto, *op. cit.*, pp. 482-487.

Para concluir, coincidimos con los autores que ven el derecho del consumo (acceso) como una especie de derechos humanos desde el aspecto subjetivo, porque le competen a la persona humana; lo que se extiende de manera universal al entramado internacional, no obstante, consideramos que la faceta de los derechos de los consumidores como una materia autónoma tiene muchos kilómetros por recorrer, por una parte, y por otra, el acceso al consumo como derecho humano se encuentra igual de reñido en el contexto de la globalización, porque se quiere mantener una barda entre los derechos económicos o intereses económicos del consumidor que siempre estarán presentes en las relaciones de consumo y todo el cuerpo internacional de los derechos humanos.

1.8. Resolución alternativa de conflictos

Los conflictos, litigios o controversias se encuentran en un estado de latencia en las diferentes modalidades de contratación. En el caso de la relación de consumo, donde los consumidores se supeditan a las estipulaciones preestablecidas por el empresario-proveedor, como la parte débil de la contratación, se encuentran doblemente expuestos, no sólo por ser la parte vulnerable sino por los retos que trae aparejado el comercio electrónico en el contexto de la globalización.

Los métodos de resolución alternativa a la vía judicial se conocen como extrajudiciales, porque en la calidad del consumidor que compra bienes y servicios para su subsistencia, los mismos son de una cuantía relativamente baja por lo que requieren acceder a vías que atiendan sus controversias de manera expedita y económica. En caso contrario, se suele desistir o no motivar el proceso dado que ocurriría todo lo contrario.

En materia de consumo y propiamente la contratación en línea, los medios que se estilan son la mediación y el arbitraje de consumo. Sin embargo, antes de abordarlos, presentaremos una breve identificación de los diferentes medios de resolución de conflictos.

Víctor Castrillón¹⁰⁹ desarrolla las alternativas para la solución de controversias en el ámbito internacional, principalmente, mediación, conciliación y arbitraje, todos ellos alternativos a la vía judicial. Sobre el primer proceso, advierte la figura del tercero neutral e independiente que juega el papel de facilitador para acercar y guiar a las partes a una solución que sea decidida por ellas mismas; en este sentido, no interviene con propuestas de solución, sólo es el intermediario que canaliza la comunicación para llegar a buenos términos.

Infiere el autor, que la conciliación tiene una característica mixta porque es una forma autocompositiva de solución que se puede alcanzar tanto fuera como dentro de un proceso. La particularidad de la conciliación, en relación con la mediación, es que el conciliador sí puede realizar propuestas o alternativas de solución a las partes. Por último, el arbitraje es una figura heterocompositiva, en donde interviene un tercero ajeno e imparcial que puede ser unipersonal o colegiado; es decir, un árbitro o tribunal arbitral, comúnmente de naturaleza privada, aunque existen algunas legislaciones, como el sistema español, que tienen institucionalizada la figura en el ámbito público¹¹⁰. El proceso se concluye con una cláusula compromisoria o compromiso arbitral.

De igual forma coincide Elvira Marugán¹¹¹ que la mediación depende de las partes para llegar a la solución y son ellas mismas las que deciden de manera voluntaria someterse al proceso. En contraste con el arbitraje, la resolución que emana del proceso arbitral es vinculante, hasta el punto de constituirse como títulos ejecutivos.

En suma, los métodos de resolución alternativa de conflictos procuran una solución a las controversias a partir de la voluntad de las partes de resolver de manera ágil sus diferencias, sin tener que iniciar un proceso en la vía judicial que

¹⁰⁹ *cfr.* Castrillón y Luna, Víctor Manuel, “La solución de diferencias en el ámbito internacional”, *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 6, núm. 32, abril-septiembre, 2012.

¹¹⁰ En España el sistema de arbitraje de consumo es institucionalizado porque está a cargo de la Administración. *cfr.* Marques Cebola, Cátia, “Mediación y arbitraje de consumo: una visión comparada de los modelos portugués y español”, *Revista de Estudios de Derecho y Ciencia Política*, núm. 25, septiembre, 2017.

¹¹¹ *cfr.* Marugán Escobedo, Elvira, “Mediación de consumo: Una perspectiva española y europea”, *Anuario de la Facultad de Derecho. Universidad de Extremadura*, núm. 35, 2019, pp. 127-129.

usualmente es prolongado y se pueden incurrir en costos mayores. Ahora bien, para el consumidor, estos métodos ofrecen una ventana de oportunidad para atender sus controversias, producto de la relación de consumo con sus proveedores; esto escala y va más allá de la atención al cliente para la solución de problemas menores.

Consecuentemente, como aspectos positivos en el ámbito económico, expresan Luisa García y Angélica Reyes¹¹² que “la mediación en línea como la fórmula adecuada para garantizar los derechos del consumidor electrónico”; por ello, entendemos que la contratación electrónica debe tener la resolución de la controversia por el mismo medio por el que se originó, siendo congruente con esta dinámica que se ha vuelto tan natural y así continuará, hasta llegar a evolucionar en formas inimaginables por el momento, producto de las mismas innovaciones tecnológicas.

La Unión Europea cuenta con la Plataforma de resolución de litigios en línea, en materia de consumo; el proceso se realiza mediante entidades acreditadas que prestan el servicio de canalización del proceso. Dice Elvira Marugán¹¹³ que la plataforma atiende:

Conflictos con carácter transfronterizo que se hayan producido en el marco del comercio electrónico. Esta plataforma se arbitra con el fin de poner a disposición de los consumidores un medio de resolución alternativa de los conflictos que puedan tener con empresarios, ya sea para tramitar procedimientos con resultados vinculantes, como es el arbitraje, o procedimientos con resultado no vinculante, como la mediación

Entonces la plataforma se circunscribe a la materia de consumo procedente del comercio electrónico y transfronterizo, esto entendido en el campo regional de la Unión Europea. Como crítica a la plataforma encontramos que sí el empresario no responde a la invitación en línea del procedimiento de resolución de controversias, el caso es simplemente archivado, así que el reclamante tiene que

¹¹² García Salazar, Luisa Fernanda y Reyes Sánchez, Angélica María, “Resolución alternativa de conflictos: Mediación en línea como protección a los derechos del consumidor electrónico”, *Iustitia, Ubi non est iustitia, ibi non potest esse jus*, núm. 14, 2016, p. 129.

¹¹³ Marugán Escobedo, Elvira, *op. cit.*, p. 157.

buscar otra opción o recurso con su asesor de resolución de litigios en línea¹¹⁴, aquí es cuando se ve cómo la voluntariedad puede llegar a tener una interpretación tan amplia que llega a entorpecer el proceso, mismo que está concebido como un túnel con un término de solución. No obstante, son innegables las bondades de la plataforma para los consumidores que acceden a ella y culminan el proceso con un acuerdo.

Consideramos apropiado traer a colación el mecanismo de solución de controversias implementado en México mediante la Procuraduría Federal del Consumidor llamado Concilianet¹¹⁵, mismo que consiste en un portal de internet que facilita la solución de controversias entre consumidores, así como proveedores de bienes y servicios, que va desde la presentación de la queja hasta el fin del procedimiento. Sin embargo, adolece que la conciliación sólo se puede llevar a cabo con los proveedores que se encuentren registrado en la base de datos del ente, siendo este registro voluntario por las empresas.

En general, en cuanto a la resolución de controversias, señala Zheng Tang¹¹⁶ que existen diferentes retos, entre ellos, los relacionados con el comercio electrónico, la globalización y la eficiencia. El primero se observa en cuanto al conflicto de leyes que se puede dar por el domicilio del consumidor, así como los contratos de tipo ya establecidos en las plataformas de compras, que tiene una posición en donde el consumidor no tiene otra opción que aceptar las condiciones ya preestablecidas o desistir de la compra sí no se encuentra de acuerdo con la misma, y dado que no existe una corte virtual supranacional e internacional con leyes sustantivas armonizadas, por ende, se considera la protección del consumidor en el comercio electrónico como una razón legítima.

Sobre el reto de la globalización se da por la interconexión que facilita la posibilidad de realizar compras en diferentes países, lo único que la plataforma de

¹¹⁴ *cfr.* Esteban de la Rosa, Fernando, "Régimen de la resolución alternativa y en línea de litigios de consumo transfronterizos tras el nuevo marco europeo y la Ley 7/2017", *Revista de arbitraje comercial y de inversiones*, vol. 10, núm. 2, 2017.

¹¹⁵ Procuraduría Federal del Consumidor, Concilianet, en <https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/inicio.jsp>, consultada el 29 de junio de 2020.

¹¹⁶ *cfr.* Tang, Zheng Sophia, *Electronic consumer contract in the conflict of law*, 2a. ed., Oregón, Hart Publishing, Oxford, 2015.

la Comunidad Europea sólo cubre las reclamaciones de consumo realizadas en los diferentes países que pertenecen a la comunidad, no existe una regulación para terceros países, y sería espurio decir que los consumidores europeos sólo harán compras en Europa. Por ello se reafirma que la única respuesta estaría en una armonización internacional de una normativa que regule la protección de los consumidores con sistemas de resolución de controversias a nivel internacional.

Por último, el reto de la eficiencia que bajo la lógica del mercado sí llega al consumidor con la economía de mercado que facilita la existencia de precios bajos y accesibles. No obstante, en el mercado la distribución de riesgo está en manos de las empresas que tienen el poder de negociación y pueden negociar con otros que están al mismo nivel, caso donde no tendrían cabida los consumidores. Por otra parte, el mercado no protege a los consumidores contra las prácticas comerciales comunes. En fin, la eficiencia en los contratos de consumo requiere el balance entre las partes, sin embargo, como hemos desarrollado a lo largo de esta disertación, los consumidores son la parte débil y en desventaja de la relación de consumo.

En conclusión, la resolución alterna de conflictos en sus formas de la mediación y el arbitraje ofrece una solución accesible, ágil y en línea para los casos del comercio electrónico, esto mediante la plataforma europea, de la cual hay mucho que aprender para extrapolar la experiencia a otras latitudes y mejorar en el camino. El escollo del asunto estará en el desequilibrio en la relación de consumo, por lo que la protección del consumidor siempre será un deber para atender por los diferentes Estados-nación, pero ahora con la globalización y el comercio electrónico amerita de una priorización en las agendas de los organismos internacionales que atienden este sector vulnerable representado en los consumidores.

CAPÍTULO SEGUNDO

EVOLUCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Sumario: 2.1. Concepciones sobre el neoliberalismo y con perspectiva consumeril. 2.1.1. Transición del liberalismo al neoliberalismo. 2.1.2. Prioridad por el mercado. 2.1.3. Estado neoliberal. 2.2. Historia de la protección de los derechos de los consumidores. 2.3. Posicionamiento de la protección de los consumidores en la agenda de los organismos internacionales. 2.3.1. Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD). 2.3.2. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). 2.3.3. Otras organizaciones pro consumidor. 2.4. Nuevas tendencias hacia la tutela de los derechos de los consumidores. 2.5. Protección de los derechos de los consumidores en México. 2.5.1. Procuraduría Federal del Consumidor. 2.5.2. Acciones colectivas. 2.5.2.1. Caso Norteamericano. 2.5.2.2. Caso Europeo. 2.5.2.3. Caso Mexicano.

2.1. Concepciones sobre el neoliberalismo y con perspectiva consumeril

Para referirnos a la tutela de los Derechos de los Consumidores en un marco referencial con tinte histórico, debemos encuadrar a los consumidores en el modelo imperante, mismo que es de carácter político-económico y con efectos sociales: el neoliberalismo.

El neoliberalismo, como proyecto político, intelectual e ideológico tiene una serie de caracteres que fungen como basamento, entre ellos: “la promoción de la propiedad privada, libre mercado, individualismo a ultranza y estado (sic) mínimo”¹¹⁷; en estos elementos se percibe, de una u otra manera, el encuentro con los consumidores, al explayarse de muchas formas las libertades del mercado y la “libertad de elección de los consumidores” que abre la puerta al hedonismo e individualismo exacerbado. Todo ello, con fines esencialmente capitalistas y no necesariamente de satisfacción de necesidades.

¹¹⁷ Dabat, Alejandro *et al.*, “Capitalismo actual, crisis y cambio geopolítico global”, *Journal of Economic Literature*, México, vol. 12, núm. 26, 2015, p. 70.

El capitalismo toma en cuenta la dinámica de producción y acumulación de capital. En este sentido, José Vargas¹¹⁸ describe al capitalismo como el sistema económico que ha degradado el desarrollo social con un enfoque individualista y materialista; y que, por otra parte, descalifica la gestión pública de los Estados-nación por lo que asume el liderazgo con la privatización de los bienes públicos. Además, en relación con la globalización asevera que: “La globalización representa la fase más avanzada del desarrollo capitalista, del cual se benefician las élites económicas mediante los procesos de integración global, sustentados en el neoliberalismo como una doctrina de ideología económica y política”¹¹⁹.

De modo similar, el capitalismo es entendido por Jorge Natal¹²⁰:

Sobre o Capitalismo. O modo de organização da vida social em exame tem como primado a busca incessante e crescente da valorização dos capitais aplicados pelos detentores de riqueza fase à concorrência existente entre eles – concorrência essa que é tão imanente ao capitalismo quanto a apontada lógica da valorização. É dizer: esses detentores da riqueza (capitalistas) estão e são assim coercitivamente obrigados a aumentar seus capitais sob o risco de serem excluídos do mercado.

Las expresiones anteriores sobre el capitalismo reafirman por qué sobrevive este sistema económico y cómo cobra vigencia en la búsqueda permanente del lucro incesante. A su vez, en términos de Karl Marx en su obra *Miseria de la filosofía* (1987), la emulación es la competencia en sí misma; y la competencia que tiene como fin la ganancia, es la emulación comercial; siendo admisible la posibilidad de competir bajo el esquema de especulación que implica obtener ganancias sin producir; y, por otra parte, reconoce que la sociedad actual está basada en la competencia porque es inherente al desarrollo real del hombre¹²¹. Esto quiere decir

¹¹⁸ *cfr.* Vargas Hernández, José, “Análisis crítico del capitalismo transnacional”, *Scripta Ethnologica*, Argentina, vol. 30, 2008, pp. 63-67.

¹¹⁹ Vargas Hernández, José, *op. cit.*, p. 66.

¹²⁰ Natal, Jorge, *O desenvolvimento brasileiro recente. Da crítica da economia política ao planejamento urbano e regional crítico*, Río de Janeiro, Letra Capital, 2020, p. 23. Traducción con soporte Google Traductor: Sobre el capitalismo. El modo de organización de la vida social en cuestión se base principalmente en la incesante y creciente búsqueda de la valoración del capital que realizan los poseedores de riqueza frente a la competencia entre ellos, competencia que es tan imanente al capitalismo como lógica de valoración. Es decir: estos poseedores de riqueza (capitalista) están y están obligados coercitivamente a aumentar su capital bajo el riesgo de ser excluídos del mercado.

¹²¹ *cfr.* Marx, Karl, *Miseria de la filosofía: respuesta a la filosofía de la miseria de Proudhon*, 10a. ed., ed. Martí Soler, México, Siglo XXI, 1987.

que la lógica del mercado no sólo está radicada en dicho espacio, sino impregnado en las sociedades, convirtiendo cualquier labor productiva de la actividad humana en mercancías. De manera análoga, Carlos Merlo¹²² refiere a la transformación social desde las identidades sociales e individuales como un efecto del propio sistema, donde se encuentra a la cabeza el impacto evidente en la esfera económica y política.

Retomando el hilo inicial, seguidamente destacaremos las nociones que tienen diferentes autores sobre el neoliberalismo:

María Bayón¹²³ concibe al neoliberalismo como un proyecto de clase, propiamente una ideología que garantiza y promueve el poder de la clase dominante, bajo la cortina de humo del individualismo, elección y libertad. De igual forma, esta ideología de orden clasista crea una relación de dependencia y jerarquización que instaura un régimen disciplinario, inserto de manera casi natural en la psiquis de las sociedades, pero que nace en las sedes de la Academia, con un contenido intelectual e institucional.

Para Víctor Castillón¹²⁴, el modelo neoliberal postula el mercado como escuela de virtud, de ahí la inclinación ideológica que llegue a calar en la mente del individuo hacia el consumo descomedido e individualista, carente de un sentido práctico pero ostentoso, que atienda a las prácticas sociales impuestas con sutileza por el mercado; toda vez que atribuya la decisión de compra del consumidor a una racionalidad económica propia del sujeto, y no impuesta por la estructura global-transnacional.

En otro sentido, es interesante la tesis expuesta por Sherry Ortner¹²⁵ sobre el neoliberalismo, ya que en él entiende al capitalismo tardío como la primera fase

¹²² *cfr.* Merlo, Carlos Alberto, “El neoliberalismo, dos lecturas: Teoría económico-política o racionalidad-gubernamental o razón-mundo”, *Intersticios de la política y la cultura. Intervenciones latinoamericanas*, Argentina, vol. 7, núm. 13, 2018.

¹²³ *cfr.* Bayón, María Cristina (ed.), *Las grietas del neoliberalismo: dimensiones de la desigualdad contemporánea en México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, 2019.

¹²⁴ *cfr.* Castillón y Luna, Víctor Manuel, *Derecho Mercantil...*, *cit.*, pp. 33-47.

¹²⁵ *cfr.* Ortner, Sherry, “Sobre el neoliberalismo”, trad. de Alina Horta y Rodrigo Llanes, *Antrópica. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, vol. 1, núm. 1, enero-junio, 2015.

del desarrollo neoliberal; asimismo, lo ubica en una escala de tiempo consecutiva, dividida en dos etapas: capitalismo tardío entre las décadas de 1980 y 1990, y el neoliberalismo del 2000 en adelante. Ortner percibe en el neoliberalismo, el maestro marionetista que mueve los hilos del mundo; aprovecha las crisis y desastres que, por diversas razones, se desatan hasta transformarlas a conveniencia para provecho de los intereses del mismo sistema, lo que hace referencia a la connotación desarrollada por otros autores como “capitalismo del desastre”¹²⁶.

En esta línea del análisis del neoliberalismo y su vinculación con las crisis, Jamie Peck¹²⁷ aporta un enfoque un tanto diferente al de Ortner, ya que, para el investigador, el neoliberalismo se reinventa con las crisis, “es una criatura que se adapta a las crisis”, aun así, no obvia que posterior a la crisis las medidas paliativas se tornan más severas y agresivas. Igualmente, encuentra en el liberalismo un ente que muta al insertarse en sistemas de diferentes contextos, por lo que no tiene una sola receta, ni una descripción única. En fin, lo tipifica como polimórfico. No deja de llamar la atención que describa al neoliberalismo como un “proyecto”, porque esto lo sitúa en una etapa de construcción y mejora, específicamente menciona que: “El término neoliberalismo en realidad se aplica a una forma de reestructuración, porque nunca podemos vivir en un mundo neoliberal completo”¹²⁸.

Otra apreciación del neoliberalismo la ofrecen Pierre Dardot y Christian Laval¹²⁹:

A novidade do neoliberalismo consiste precisamente em que ele busca uma homogeneização que funciona para além da divisão entre o mercado e o nãomercado, por meio da imposição de um padrão de relações sociais em todos os níveis da existência individual e coletiva. No comportamento

¹²⁶ Es una concepción desarrollada por Naomi Klein, periodista y activista canadiense que postuló la obra: “La doctrina del shock: El auge del capitalismo del desastre”, en el año 2010.

¹²⁷ *cfr.* Peck, Jamie, “Neoliberalismo y crisis actual”, *Documentos y aportes en administración pública y gestión estatal (DAAPGE)*, vol. 12, núm. 19, 2012.

¹²⁸ *Ibidem*, p. 20.

¹²⁹ Dardot, Pierre y Laval, Christian, *op. cit.*, s. p. Traducción con soporte de Google Traductor: La novedad del neoliberalismo es precisamente que busca una homogeneización que funcione más allá de la división entre mercado y no mercado, mediante la imposición de un patrón de relaciones sociales en todos los niveles de la existencia individual y colectiva. En el comportamiento económico y en la relación del individuo consigo mismo, es decir, en un nivel más global e íntimo, ahora tiende a prevalecer la misma forma relacional.

econômico e na relação do indivíduo consigo mesmo, isto é, no âmbito mais global e no âmbito mais íntimo, uma mesma forma relacional agora tende a prevalecer.

Sobre lo anterior, en el capítulo primero ya nos referíamos a la homogenización de la práctica social mercantilista como la estrategia más cómoda para aglutinar a los consumidores y ofertar las mercancías de producción en masa.

En vista de las diferentes apreciaciones que brindan los autores sobre el neoliberalismo y, sin ánimos de señalar una definición inequívoca del fenómeno, nos permitimos hacer una breve concepción de este: Neoliberalismo es la ideología o corriente de pensamiento basado en un modelo económico y político que transforma las diferentes dimensiones de una sociedad, por ello genera un impacto social, amén de lo evidente en la esfera económica y política. Esta ideología se vuelve el estándar del modelo económico capitalista que exalta el libre mercado, lo que genera un lucro incesante para los poderosos participantes capitalistas. Adicionalmente, cuenta con caracteres favorecedores que le permite adentrarse en los sistemas estatales e integrarse con permanencia, sin importar que cada Estación opere con diferentes medidas y niveles de desarrollo. En suma, es la máxima fórmula creada para el beneficio de unos cuantos y en detrimento de la inmensa mayoría.

Seguidamente haremos un breve recorrido de los antecedentes que conllevaron al posicionamiento del neoliberalismo como modelo imperante, entendiéndose como una serie de factores, hechos y consideraciones sobre el actuar esperado de líderes políticos y económicos en su explayada nacional y global; y que visto de otra manera está presente en la tendencia por el libre mercado y la subordinación estatal al mercado, que en su totalidad se convierte en el caldo de cultivo para la ideología neoliberal.

2.1.1. Transición del liberalismo al neoliberalismo

La propuesta ideológica del neoliberalismo tuvo como precedente la corriente ideológica del liberalismo clásico, que tenía su bastión en el principio *laissez-faire* (dejar hacer, dejar pasar); ésta se encontraba asociada con una política estatal de

no intervención en el mercado, porque entendía que el mercado se regula a sí mismo. Advierte Stanisław Kowalczyk¹³⁰ que este lema entiende la libertad en términos de actividad económica, no en la singularidad de la vida individual, para lo que la intervención estatal entorpece la libertad económica y por lo que únicamente acepta un rol a medias, como un semi-controlador de la actividad, podría entenderse como dotado de facultades, pero con una aplicación y resultados que dista mucho de su ser.

Ahora bien, uno de los promotores del principio fue Adam Smith con su obra *La riqueza de las naciones* de 1776. En su narrativa realza la libertad de la persona y de la propiedad privada, sobre este tipo de liberalismo. Indica Roland Pfefferkorn¹³¹ que es una “liberalidad moderada” y no abusiva como se maneja en la actualidad, porque sí ubica en el centro al mercado, pero cree en la “libertad natural”; de ahí la expresión de Smith sobre la mano invisible que mueve al mundo; no obstante, con este desarrollo argumentativo, no quiere decir que el órgano de orden territorial representado en el Estado no tiene que jugar ningún papel, o sea, la tesis de Smith no coopta la lógica y razón de ser del Estado.

De *La riqueza de las naciones*¹³² destacamos las siguientes notas: La división del trabajo se convirtió en la piedra angular para la eficiencia productiva, misma que sumada a la industrialización generó cuotas cuantiosas de beneficios. En este contexto, la innovación técnica curiosamente emergió de los mismos trabajadores en la repetición de sus tareas, al observar y deducir formas prácticas para aumentar la productividad y de manera particular ahorrar tiempo y trabajo. El autor nos lleva por el análisis de la división del trabajo, el mercado, la moneda de intercambio y en general, la consideración del trabajo como “la medida real del valor de cambio de todas las mercancías”¹³³, es decir, con el trabajo se pagan todas las cosas. En su momento, ubica el mercado suscrito a la disponibilidad de mercancías, de trabajo y

¹³⁰ *cfr.* Kowalczyk, Stanisław, “Koncepcja życia społecznego klasycznego liberalizmu”, *Roczniki Nauk Społecznych*, vol. 22-23, núm. 1, 2020.

¹³¹ *cfr.* Pfefferkorn, Roland, “Adam Smith, un liberalismo bien temperado”, *Sociedad y Economía*, núm. 14, junio, 2008.

¹³² *cfr.* Smith, Adam, *La riqueza de las naciones*, trad. de Carlos Rodríguez Braun, Madrid, Alianza Editorial, 1996.

¹³³ *Ibidem*, p. 64.

demanda. El trabajo se analiza desde todas sus dimensiones, por ejemplo, el tipo de cualificación de los trabajadores y la cantidad requerida para su subsistencia.

Por otra parte, se aborda el capital en sus dos formas, el circulante y el fijo, todo ello en relación con los beneficios o la producción de la riqueza, que está más presente en el capital circulante que en la actualidad se conoce como el capital de trabajo y el capital fijo como los activos representados en los bienes inmuebles. También entra a colación en esta discusión económica el comercio en tres clases: comercio interior, el comercio exterior de consumo y el comercio de tránsito; haciendo una reflexión sobre la balanza comercial y cómo se pasó de la restricción de la exportación, a ser la bandera clave para la generación de riquezas, es decir, inclinarse con preferencia hacia la exportación.

Nos interesa destacar los tres sectores de actividad por excelencia, según el autor: agricultura, industria y comercio exterior. Los últimos dos sistemas han permitido el salto hacia el desarrollo, consumo, libertad y seguridad de los individuos, que redundan en el aumento del ingreso anual de sus habitantes. Ahora bien, el consumo lo considera como “el único fin y objetivo de toda producción”¹³⁴, dando relevancia a la posición del consumidor sobre la del productor (proveedor empresarial). No obstante, reconoce que en el sistema mercantil se suele sacrificar el interés del consumidor; por ejemplo: el hecho de que los impuestos, peajes y otros costos análogos son trasladados al costo de venta que paga el consumidor. Como corolario del tema que nos ocupa, observamos en cuanto al consumo, que se mantiene una situación de desventaja hacia el consumidor; podríamos decir que existe una balanza negativa en la cancha del consumidor y que a pesar de ser la inmensa mayoría no tiene poder de negociación en este campo.

Prosiguiendo lo expuesto, la metáfora de la mano invisible se utiliza a ultranza por los economistas que defienden el libre mercado, quienes seleccionan de manera antojadiza la interpretación que le dan a la obra sin igual de Smith, pero es preciso acotar que Smith también produjo *La teoría de los sentimientos morales* de 1759, que permite develar una postura con un discurso más adentrado en lo

¹³⁴ *Ibidem*, p. 644.

filosófico. Con esta obra¹³⁵, el autor profundiza en la naturaleza de la virtud, ante la dicotomía entre lo bueno y lo malo, que puede ser pasada por el tamiz del principio aprobatorio y descrito en tres explicaciones: amor a sí mismo, razón y sentimiento.

De las anteriores explicaciones, la primera se entiende en la calidad de la simpatía que traspasa a un cambio imaginario con la persona, procedente dicha afinidad al amor por sí mismo y no necesariamente por la máxima benevolencia hacia el prójimo. En segundo, la razón, más que enfocarse en la autoridad legal como la pauta distintiva entre los polos opuestos del bien y el mal, encuentra en la razón la antesala a estas nociones, partiendo de las inducciones de las reglas generales de justicia. Podríamos decir que la razón es el método o el medio que hace el balance entre ambos extremos. Por último, el sentimiento es asociado con el poder de percepción que se encuentra en los sentidos externos, es decir, la aprobación o desaprobación de la conducta de un tercero dependerá de la coincidencia con el actuar propio. Del enfoque del autor, es evidente que el centro de análisis para la virtud o los sentimientos morales, parten del individuo como ente y se despliega a la interacción social. Observamos una refrescante reflexión sobre la naturaleza de la virtud.

Del análisis de los sentimientos morales, consideramos se retoma la dinámica primitiva, autónoma, libre y espontánea que es característica de los sujetos en sociedad, para retrotraerla en la liberalidad del mercado. La mano invisible pretende un equilibrio natural entre las partes intervinientes, pero para el caso del consumidor, puede que tenga pérdidas en su bienestar social y sea el proveedor quien esté logrando ganancias oportunistas¹³⁶, producto de los mismos vacíos en la regulación y protección integral al consumidor.

Desde otro ángulo, la obra también desarrolla, como su nombre lo indica, la riqueza de las naciones, como un todo; en este entender, no tiene un énfasis por la riqueza individual que promueve el capitalismo salvaje -como peyorativamente se

¹³⁵ *cfr.* Smith, Adam, *Teoría de los sentimientos morales*, trad. de Edmundo O’Gorman, México, El Colegio de México, 1941.

¹³⁶ *cfr.* Robles Peiro, Rocío Haydee, “La eficacia de la protección del derecho del consumidor en México”, en Negrete Reveles, Oscar (coord.), *Nuevo Derecho de los Consumidores en México*, México, Porrúa, 2015.

le conoce-, ya que la concentración de la riqueza se encuentra en manos de unos cuantos. Entonces, es un proyecto más abarcador que pulula por un liberalismo equilibrado.

Precisamos hacer una mención al sistema capitalista debido a que se inserta en la lógica neoliberal; en otras palabras, es la genética más primigenia que nació a la par del liberalismo, o bien, decimos que fue el detonante de estas ideologías. El capitalismo parte de la propensión por la expansión y acumulación ilimitada e incesante de capital que, según Hernán Cuevas y Dasten Véjar¹³⁷, desde la tradición de la economía política marxista consiste en:

Un modo de producción caracterizado por la fabricación industrial de mercancías, la propiedad privada de los medios de producción por parte de una clase propietaria (burguesía) y la exclusión de la mayoría de la población de dicha propiedad, la que tiene como única alternativa de sobrevivencia la venta de su fuerza de trabajo.

En la serie de desigualdades que se acarrean desde décadas atrás, el obrero, ahora “ciudadano” bajo la soberanía de un Estado de derecho, siempre encuentra que su principal valor está representado en su fuerza de trabajo; se vuelve un esclavo del sistema en una estructura jerarquizada, donde rige el poder de las clases sociales, mismas que disponen de los medios de producción. Lo anterior, trae como flagelos la explotación laboral por vías económicas y hasta cierto punto estatal, por lo que se encuentra en indefensión, solo resta sortear el día a día en una economía prácticamente de subsistencia.

Fernando Escalante¹³⁸ narra que en los años treinta del siglo XX, se comienza a observar la decadencia del liberalismo debido a una serie de factores que podemos resumir, a manera de hitos, como la Primera Guerra Mundial, la Crisis de 1929 y la Gran Depresión; todo ello generó una carga social por la que ya no era sostenible el mismo esquema. Además de la oportunidad que tuvo el Estado de tener un control político de la economía, que en su momento consideró como el mejor *status quo*. Posteriormente, se llega al *New Deal*, con Franklin Roosevelt,

¹³⁷ Cuevas Valenzuela, Hernán y Véjar, Dasten Julián, “Capitalismo en el primer plano: Tensiones en el desarrollo latinoamericano (una introducción al debate)”, en Cuevas Valenzuela, Hernán *et al.* (eds.), *América Latina: Expansión capitalista, conflictos sociales y ecológicos*, Santiago, RIL editores, 2018, p. 12.

¹³⁸ *cfr.* Escalante Gonzalbo, Fernando, *op. cit.*, pp. 25-186.

quien abanderaba el Estado de bienestar, el cual se caracterizaba por dirigir todos los sectores atingentes a la sociedad.

En este contexto, se dan cita en el Coloquio de Lippman de 1938, reconocidos economistas, filósofos y ganadores del premio Nobel; personas de renombre con obras destacables y reconocida trayectoria. Afirma Escalante¹³⁹ que “se buscaba establecer una nueva agenda para el liberalismo” en torno al mercado. Así, sus miembros participantes bautizaron al movimiento como “Neoliberalismo” y con ello apuntalaron sus esfuerzos para idear la forma de restauración del mercado.

Al coloquio le siguió la fundación de la Sociedad de Mont-Pèrelin como un “conclave intelectual y plataforma ideológica desde la cual se difundieron con posterioridad el pensamiento y las doctrinas neoliberales”¹⁴⁰, del cual el economista, jurista y filósofo Friedrich Hayek era el presidente y precursor de esta corriente de pensamiento. Hayek destaca con su idea del orden espontáneo al considerar que el mercado sabe más que cualquiera y bajo esta lógica alienta el libre mercado en un ambiente espontáneo que de manera natural orqueste la interacción de los individuos de acuerdo con sus pretensiones. No obstante, la idea de la inexistencia de un orden no es absoluta, ya que este sistema requiere del aparato estatal para funcionar¹⁴¹.

Los miembros de esta sociedad eran los mismos participantes del Coloquio de Lippman, entre ellos Milton Friedman quien encabezaba la transformación intelectual desde la Escuela de Chicago. Paula de Büren¹⁴² indica que en la actualidad se ve la existencia de la sociedad en la multiplicación de los tanques de pensamiento (*think tanks*), quienes son referente de asesoría para el sector privado como público. Además, agrega que la sociedad se caracterizaba por negar los efectos negativos de la ideología neoliberal y que, a su vez, se constituían por la

¹³⁹ Escalante Gonzalbo, Fernando, *op. cit.*, p. 28.

¹⁴⁰ Puello-Socarrás, José Francisco, “Ocho tesis sobre el neoliberalismo (1973-2013)”, en Estay, Jaime y Arancibia, Juan (coords.), *Capitalismo en el nuevo siglo: el actual desorden mundial*, México, Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM, 2016, p. 53.

¹⁴¹ Escalante Gonzalbo, Fernando, *op. cit.*, pp. 43-49.

¹⁴² *cfr.* De Büren, María Paula, “*Mont Pèrelin Society* en la articulación del discurso neoliberal”, en Ramírez, Hernán (coord.), *O neoliberalismo sul-americano em clave transnacional: enraizamento, apogeu e crise*, Brasil, Oikos, 2013.

confluencia de una diversidad de corrientes de pensamiento económico, que en un inicio tenía una composición con preminencia europea, pero luego fue ganando terreno el bloque norteamericano.

Ahora bien, la idea del liberalismo que se tenía desde Smith con el mercado como institución natural, ya no era vigente en este nuevo proyecto político. Entonces, surgen quienes piensan necesaria la conducción del Estado y, por ende, se deben entender de una nueva forma los binomios Mercado-Estado con sus facetas políticas y económicas. Acorde a Fernando Escalante¹⁴³, Lippman argumentaba en cuanto al sistema legal:

El propósito fundamental de la ley en un sistema liberal es evitar la arbitrariedad, estabilizar las expectativas sobre el comportamiento de todos. Eso significa que la ley tiene que ofrecer un marco general de normas para ordenar las relaciones, un conjunto de derechos recíprocos, pero no puede dictar ninguna conducta específica ni puede decir nada sobre los propósitos de nadie, ni sobre lo que cada quien considera valioso. El derecho establece el marco de la libertad, nada más, nada menos.

En esta lógica, el Estado era el medio para el fin. Éste era necesario y no lo iban a sustituir, sino que sería dirigido hacia lo que era más conveniente para la nación en general, porque son necesarias las garantías jurídicas que brinda el Estado mediante el sistema legal. El mercado tiene que coexistir con el Estado. Ambos tienen una relación simbiótica sobre la cual el mercado tiene la mejor *expertise* para orientar al Estado, para lo cual, se espera del Estado que incentive la iniciativa privada; por su parte el mercado regulará sus propias actividades económicas mediante la libre empresa; esto denota una relación de dependencia y subordinación de la máxima esfera de control y garante del bienestar público común, como es el Estado, al mismo tiempo que entrona al mercado y todas las fuerzas poderosas que hay detrás: los máximos líderes hegemónicos a nivel global. Por esta razón, el mercado es una variable clave del neoliberalismo, es la piedra angular que amerita su estudio particular.

¹⁴³ Escalante Gonzalbo, Fernando, *op. cit.*, p. 30.

2.1.2. Prioridad por el mercado

El Mercado es el espacio físico y virtual donde se pactan diferentes transacciones comerciales, es el ecosistema donde se mueve el capital; por ello, ha de ser controlado por la clase hegemónica que tiene en su poder los medios de producción, a saber, los capitalistas. No es coincidencia que el neoliberalismo mantenga su énfasis en el mercado, en vista que el modelo ha demostrado ser eficiente para incrementar las ganancias de capital en el contexto de la globalización.

A propósito del concepto de mercado, indica Matthew Eagleton-Pierce¹⁴⁴ que la terminología ha tenido diferentes lecturas, de acuerdo con la institución o sector y al tiempo histórico en el que se manifiesta; asimismo, se carece de una definición ampliamente desarrollada en el campo de la economía, donde debería estar su crisol por excelencia. No obstante, en la actualidad está muy de la mano con el modelo neoliberal porque alimenta el sistema. Eagleton-Pierce destaca: *“the concept points to the activity of buying and selling things through a common medium and store of value: that is, most of the time, money. The idea of exchange is important here”*¹⁴⁵. *“The conceptual expansion of market is both a reflection of and a justification for the further realisation of a capitalist ethic”*¹⁴⁶. Resaltamos que la actividad comercial manifiesta en el intercambio será la constante del término y será definitoria de la ética capitalista.

Fernando Escalante¹⁴⁷ expresa lo siguiente:

Es la pieza básica del programa neoliberal. En sus términos, el mercado es la condición indispensable de la libertad; el mercado es el mecanismo que hace posible la existencia de los órdenes complejos; el mercado, y sólo el

¹⁴⁴ *cfr.* Eagleton-Pierce, Matthew, *Neoliberalism, The key concepts*, New York, Routledge, 2016.

¹⁴⁵ *Ibidem*, p. 120. Traducción con soporte de Google Traductor: El concepto apunta a la actividad de comprar y vender cosas a través de un medio común y una tienda de valor: eso es, la mayor parte del tiempo, dinero. La idea de intercambio es importante aquí.

¹⁴⁶ *Ibidem*, p. 125. Traducción con soporte de Google Traductor: La expansión conceptual del mercado es tanto un reflejo como una justificación para la realización ulterior de una ética capitalista.

¹⁴⁷ Escalante Gonzalbo, Fernando, *op. cit.*, p. 142.

mercado, permite que la economía funcione de manera eficiente y, a fin de cuentas, justa.

Sobre lo anterior, pareciera ser que el modelo neoliberal promulga un mercado orgánico justo, cuestión que es discutible debido a que, en efecto, son controladas las estructuras institucionales y los sistemas legales que favorecen la libre empresa e incentivan la iniciativa privada. El modelo estatal está orientado hacia el mercado, es decir, existiendo en el trasfondo su subordinación absoluta, fraguado por el neoliberalismo. Este fenómeno es cambiante y dinámico, pero igual lo es el neoliberalismo en su capacidad de adaptación y recomposición, por ende, existe una alineación ideal para los fines de lucro.

Nos preguntamos cómo caló este modelo ideológico con énfasis en los mercados de los Estados, una de las respuestas lógicas sería por la afluencia del poder que llega a transformar los órganos estatales a su antojo, pero también por las métricas macroeconómicas por la que se mide el éxito y desarrollo de los Estados: verbigracia, el Producto Interno Bruto (PIB); así como como aquel que mide en un valor monetario las ventas de bienes y servicios producidos en un país. Al respecto indica Joseph Stiglitz¹⁴⁸ de manera muy sensata, que es insuficiente medir a un país de esta forma, ya que no se incluyen indicadores como salud, nivel de vida, entre otros factores que son clave para el bienestar social; en consecuencia, no es posible concebir a un país en un sólo número. Sin embargo, esta es la constante política económica que se maneja a nivel internacional y que ha sido implantada por organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, por lo que los Estados luchan por elevar este valor numérico.

Al mismo tiempo, necesitamos precisar los vínculos del neoliberalismo con el Estado, por lo que le denominamos “aterizaje estatal”, a la forma en que se adhiere la ideología a las estructuras estatales y se planta sobre suelo firme y de una vez por todas.

¹⁴⁸ *cfr.* Stiglitz, Joseph, “El experimento del neoliberalismo resultó ser un fracaso abismal”, *France 24* español, 11 de febrero de 2020, video, 12m47ss, <https://www.youtube.com/watch?v=FjKhU78VAnc>, consultada el 20 de mayo de 2021.

2.1.3. Estado neoliberal

La ideología neoliberal fue expandiéndose a nivel vertical y horizontal, en su escalada al Estado. Requerimos conocer cómo se han originaron estas pautas y directrices con vertiente internacional que pretendían generar transformaciones nacionales, no sólo en las ideologías, sino en el cuerpo orgánico-estatal, representado mediante sus instituciones. Obviamente los efectos de una direccionalidad específica, tendría su reflejo e impacto en la población que acude para atender sus diversas demandas sociales y jurídicas.

José Vargas¹⁴⁹ se explaya sobre el nuevo papel del Estado:

El Estado liberal nacional se ha convertido en un instrumento de colaboración del desarrollo del capitalismo transnacional. Los gobiernos de los Estados imperialistas transnacionales y las instituciones financieras internacionales de mayor influencia comparten un concepto del desarrollo global y del alivio de la pobreza centrado en la expansión económica sin límites de los mercados abiertos y de la liberalización del comercio. El Estado queda así en cautiverio, atrapado en la red de los intereses de los grupos nacionales dominantes que buscan la transnacionalización de la acumulación de sus capitales, mediante la penetración de las estructuras del poder del capitalismo global.

Lo anterior devela cómo mermó el papel del Estado al quedar en cautiverio y al son de los designios del sistema económico, por lo que ahora el garante del Estado de derechos pasa a ser garante del capitalismo, para lograr métricas de crecimiento económico, que le permita alinearse con el resto de los países de avanzada, bajo el mismo esquema propiciado con la globalización que busca un mercado homogenizado, políticas estatales comunes, liberalización de los mercados y la libertad de empresa.

En este tenor, la forma más evidente en que las políticas neoliberales tuvieron su aparición fue con el Consenso de Washington¹⁵⁰, por medio del cual se

¹⁴⁹ Vargas Hernández, José, "Liberalismo, Neoliberalismo, Postneoliberalismo", *MAD-Revista del Magíster en Análisis Sistemático Aplicado a la Sociedad*, núm. 17, septiembre, 2007, p. 71.

¹⁵⁰ Este espacio estaba subordinado a los intereses y dictados de Washington mediante organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo. Se tiene esta concepción porque entre la mesa de sus miembros de estos organismos existen diferentes países que aportan con sus

pretendía un ajuste estructural a los países del sur, también conocidos como “las periferias”, mediante diez puntos de reformas a las políticas públicas, que giraban en torno a la flexibilización. Además, tenía como centro el libre mercado, así como el acomodo del órgano judicial y legislativo en respuesta a dichos intereses; todo ello, bajo el esquema de “medidas de estabilización”. Por ejemplo, expresa César Rodríguez¹⁵¹ que la reforma buscaba “la flexibilización del derecho laboral, la instauración de estándares y normas financieras, el fortalecimiento de los organismos administrativos para la supervisión del mercado”.

A este propósito, se argumentaba que, siguiendo tal esquema, se fortalecería el Estado de derecho y las instituciones judiciales serían eficientes, esto entendido en la concepción de desarrollo. Dentro de este contexto, la eficiencia es evaluada en términos económicos, por lo que el Derecho pasó a nutrirse de otras ciencias, de las que destaca la económica. La debilidad que encontramos en esta lógica es que la economía se ubica en la cima de las decisiones estatales, tanto a nivel nacional como internacional, por lo que se deja en la base de la pirámide lo relacionado con las garantías fundamentales. Tal enfoque económico, sigue la teoría utilitaria del costo-beneficio, misma que carece del análisis y argumento socio-jurídico.

De esta suerte es como se cimentó el neoliberalismo que deviene en una globalización con ganadores y perdedores. Joseph Stiglitz¹⁵² aduce que “los países que más se han beneficiado (con la globalización) han sido los que se hicieron cargo de su propio destino y reconocieron el papel que puede cumplir el Estado en el desarrollo”, por ende, la importancia de alejarse de la laxa noción de la autorregulación del mercado e instar por un nuevo alineamiento político económico por parte del Estado.

recursos financieros para el sostenimiento de este, entre los que más aportan están Estados Unidos. Esta postura la afirman diferentes autores como: Rodríguez Garavito, César y Puello-Socarrás, José Francisco.

¹⁵¹ Rodríguez Garavito, César, *La Globalización del Estado de Derecho. El neoconstitucionalismo, el neoliberalismo y la transformación institucional en América Latina*, Bogotá, Ediciones Uniandes, 2009, p. 27.

¹⁵² Stiglitz, Joseph Eugene, *El malestar en la globalización*, Madrid, Taurus, 2002, p. 309.

Stiglitz¹⁵³ aboga por cambiar las instituciones, así como los esquemas mentales sobre la globalización. Ya no es viable la ideología del libre mercado en vista de que ha generado que los ricos sean más ricos y los pobres sean más pobres. O sea, se precisa comprender el mercado y el Estado, sus aciertos y desaciertos y generar una nueva propuesta ideológica y estructural. El punto de partida se puede desplegar desde los mismos Estado-nación, dado que, por la complejidad imperante en la esfera global con la inexistencia de un Estado global, será un proceso más prolongado. Por otra parte, parece más efectivo a corto y mediano plazo, propuestas que se construyan desde los Estados-nación y que cada pequeña parte que aporten los Estado-nación, confluya en el ámbito global; lo que sería una línea de escalada de lo local a lo global.

Además, se tendrán que reformular los organismos transnacionales, así como regular el actuar de otros actores que se ubican en dicho espacio, dado que “Los actores transnacionales poderosos pueden tener un interés en limitar la habilidad del Estado para reprimir sus propias actividades, pero ellos también dependen de una (sic) Estado capaz de proteger sus beneficios, especialmente aquellos de posesiones valiosas intangibles”, acorde a Peter Evans¹⁵⁴. Por lo que hay que prestar atención a los diferentes tipos de actores transnacionales, seguir su ruta e impedir cualquier acción que contravenga a la gestión positiva y renovadora de los Estados-nación, en esta propensión por crear un nuevo orden, uno más sostenible, próspero y equitativo, que ubique a las personas en su centro.

Como corolario de esta sección, encontramos que la globalización neoliberal llegó a los Estados-nación en una vorágine económica, que entrañaba una direccionalidad internacional de liberalización, bajo un aparente discurso de desarrollo y eficiencia, cuando lo que verdaderamente contenía eran las bases para una globalización inequitativa. La estrategia principal fue mediante la reconfiguración de las instituciones, que consecuentemente generó un cambio en el ordenamiento jurídico de los países, así como un impacto en la eficiencia y en los

¹⁵³ *cfr. Ibidem.*

¹⁵⁴ Evans, Peter, “El eclipse del Estado”, en Carbonell, Miguel y Vázquez, Rodolfo, (coords.), *Globalización y Derecho*, Quito, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2009, p. 59.

marcos de acceso y resolución a las demandas ciudadanas. Así pues, se desvirtuó lo que es el desarrollo y la eficiencia, porque pasó a un único entendimiento en términos económicos.

Ante este panorama, se está replanteando la ideología neoliberal que viaja en el vehículo de la globalización, mediante la revisión del papel de los organismos y actores transnacionales, así como los Estados-nación con sus instituciones, que prioricen nuevamente el desarrollo con foco en las personas y sus derechos humanos como ciudadanos. De igual forma, se debe argüir por una globalización más equitativa, que tendrá que pasar por un cambio ideológico e institucional, que conciba el desarrollo en sentido amplio, superando el sesgo económico y contemplando al ciudadano como la piedra angular de este imaginario nuevo sistema.

A continuación, se hará un recorrido por el camino que ha transitado la protección de los derechos de los consumidores en diferentes latitudes, partiendo de la idea que el consumo es esencial a la actividad humana; por ende, se encuentra de la mano con los cambios en las infraestructuras sociales y económicas de los diferentes países.

2.2. Historia de la protección de los derechos de los consumidores

Es un hecho notorio que la actividad de intercambio y comercialización de bienes y servicios ha existido desde tiempos inmemoriales. Sin embargo, no había existido la protección a los consumidores mediante un derecho sustantivo especializado en esta materia. En los albores del Siglo XIX, la producción era de subsistencia y no tan especializada, conforme se fueron desarrollando nuevas formas de comercio y de transporte, se dinamizó la economía con nuevas maneras de acceder a bienes y servicios, ya marcadas por una tendencia consumista más que de satisfacción de necesidades. En este sentido, señala Iris Benöhr¹⁵⁵ que, con la producción en masa, el comercio se volvió más complejo, por lo que era necesario regular la relación entre las partes: proveedores y consumidores.

¹⁵⁵ *cfr.* Benöhr, Iris, *EU Consumer Law and Human Rights*, Oxford, University Press, 2013.

Otro elemento que volvió detonante la protección de los derechos de los consumidores no sólo a nivel nacional sino internacional, fue la confluencia de varios elementos; de acuerdo a lo que señalan Han Micklitz y Mateja Durovic¹⁵⁶, podemos encontrar diferentes legislaciones nacionales sobre la tutela de los derechos de los consumidores que complica la gestión comercial y empresarial para desarrollar el comercio internacional, lo que genera una pugna por una regulación común en material consumeril que se ubica en la esfera internacional. También acontece que para subirse al vehículo de la globalización, es prerrequisito la liberalización comercial que conecta aún más los mercados internacionales con repercusión nacional y viceversa, por lo que se está conectado de manera ineludible; esto genera una mayor vulnerabilidad al consumidor ante crisis económicas que pueden detonarse en un país muy distante del propio.

Lo planteado anteriormente nos permite advertir que la protección de los consumidores ha tenido diferentes niveles de progreso jurídico, político, económico y social, que está en dependencia del avance o desarrollo que tenga el país en cuestión. De acuerdo con esta línea de pensamiento, veremos dos bloques que han liderado la tutela efectiva de los consumidores, el modelo estadounidense y el europeo.

José Ovalle¹⁵⁷ desarrolla tres momentos históricos en los Estados Unidos de América para el posicionamiento de los derechos de los consumidores que tiene su auge en ese país, dado que en la primera mitad del Siglo XX estos contratos se desahogaban por la vía civil y mercantil, atendiendo al principio de la autonomía de voluntad, mediante los respectivos códigos que regulan las materias.

El primer momento se da a partir de la segunda mitad del Siglo XX, con los iniciales movimientos de los consumidores en reclamo por regulaciones específicas, para controlar los precios de la industria farmacéutica; esto generó la aprobación de dos leyes en 1906¹⁵⁸, además de la creación de la Comisión Federal del Comercio

¹⁵⁶ *cfr.* Micklitz, Han W. y Durovic, Mateja, *Internationalization of consumer law, A game changer*, Suiza, Springer, 2017.

¹⁵⁷ *cfr.* Ovalle Favela, José, *Derechos de los Consumidores*, 3a. ed., México, UNAN, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015, pp. 3-5.

¹⁵⁸ Ley sobre la genuinidad de las sustancias alimentarias y farmacéuticas (*Pure Food and Drug Act*) y Ley sobre inspección de carnes (*Meat Inspection Act*).

en 1914. El segundo momento se presenta durante la depresión económica de los años treinta, nuevamente por el incremento de los precios al consumidor, lo cual devino en la revisión de las leyes aprobadas inicialmente, así como el fortalecimiento de las facultades de actuación de la Comisión Federal del Comercio. Y, por último, el tercer movimiento consumista se da en los sesenta, donde el libre mercado ya muestra sus manifestaciones en el comercio, mismas que repercuten en los intereses de los consumidores. Observamos que José Ovalle concreta con la creación de leyes e instituciones que representan el posicionamiento social y jurídico-político, que tuvieron los derechos de los consumidores en los Estados Unidos de América.

Mientras tanto en Europa, la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa aprueba en 1973 la Carta Europea de Protección de los Consumidores por la resolución 543/73, que reconocía cuatro derechos fundamentales: I) Derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores, II) Derecho a la reparación del daño, III) Derecho a la información y a la educación y IV) Derecho a la organización y asociación para su movilización y acción en vías de proteger y demandar sus derechos como consumidores¹⁵⁹. Con estos dispositivos se da la pauta sobre los asuntos de los consumidores y las medidas de protección básicas que deben estar presentes en la relación de consumo.

Posteriormente, se desarrollan a nivel de derecho comunitario europeo otros instrumentos normativos al respecto:

- a) El Tratado de Roma (1957) tenía como principal foco la integración económica, por ello contenía disposiciones con relación al mercado común y el libre movimiento de mercancías, servicios y personas, en este tenor se dejaba implícita la expresión hacia la protección de los consumidores como un factor común, pero que no contenía mayor desarrollo semántico.

¹⁵⁹ *cf.* Ovalle Favela, José, *Derechos del consumidor*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2000. Cárdenas Denham, Maximiliano y Domínguez Acosta, Noreli, "Acciones jurídicas novedosas de litigio estratégico en la representación colectiva y defensa de derechos humanos de los consumidores", en Negrete Reveles, Oscar (coord.), *Nuevo Derecho de los Consumidores en México*, Porrúa, 2015.

- Francisco Feo¹⁶⁰ advierte que todavía no existía una política general de protección de los consumidores, habiendo cánones dispersos que versaban, por ejemplo, sobre la seguridad de los abastecimientos y precios razonables.
- b) Acta Única Europea (1987) establece los lineamientos para la cooperación política europea, tendientes a la integración europea, ya que pretende el progreso y cohesión económica, política y social¹⁶¹. Tiene como gran novedad el reconocimiento que da a la protección de los consumidores con la creación de una ulterior legislación en la materia, que tendrá como parámetro un nivel de protección elevado, el cual se enmarca en el establecimiento y funcionamiento del mercado interior¹⁶². Enfatiza Iris Benöhr¹⁶³ que la intención del legislador era incrementar la confianza del consumidor para llevar a cabo el comercio transfronterizo, lo que facilitaría las condiciones desde el elemento subjetivo para mejorar la integración económica en el mercado común. Se observa que el fin, se encuentra alineado con el Tratado de Roma.
- c) El Tratado de Maastricht (1993), se le conoce comúnmente por el nombre del lugar donde fue firmado, siendo su nombre oficial Tratado de la Unión Europea. En su estudio se observa que, a diferencia de la expresión implícita que se tuvo sobre la tutela del derecho de los consumidores en los instrumentos anteriores, ahora ya se tiene una protección explícita, tanto en la materia como en el sujeto, el ciudadano consumidor. Por otra parte, se mantiene la constante en cuanto al mercado común o a la integración económica. Además, esto se aborda en términos de una contribución de alto nivel en cuanto a la protección de los consumidores.

¹⁶⁰ *cfr.* Feo Parrondo, Francisco, “Las políticas de protección de los consumidores: Distintas escalas territoriales”, *Investigaciones Geográficas*, España, núm. 25, enero-junio, 2001.

¹⁶¹ Véase: Resolución sobre el Acta Única Europea (AUE), en <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/files/in-the-past/ep-and-treaties/single-european-act/es-resolution-on-the-single-european-act-19861211.pdf>, consultada el 22 de marzo de 2021.

¹⁶² Acta Única Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:11986U/TXT&from=ES>, consultada el 22 de marzo de 2021. El artículo 18 del acta, en el numeral 3 hace referencia específica a la protección de los consumidores, e inclusive se pretende la regulación posterior en otros tópicos sociales, como: salud, seguridad y protección del medio ambiente.

¹⁶³ *cfr.* Benöhr, Iris, *op. cit.*, pp. 22-23.

Encontramos la referencia que se hace a los consumidores en el artículo 3 asociado con el anterior apartado, en el numeral “s) una contribución al fortalecimiento de la protección de los consumidores”¹⁶⁴ como parte de la inclinación por el nivel y calidad de vida, así como la cohesión económica y social. Se podría inferir que esta parte previa es el preludeo general, mientras que la puesta en práctica se encuentra en el artículo 129 A¹⁶⁵, Título XI Protección de los consumidores.

- d) El Tratado de Amsterdam (1999), buscaba atender la necesidad de una protección al consumidor con mayor fuerza, así como ampliar los ámbitos de protección, en cuanto a: salud, seguridad, interés económico de los consumidores y promoción de su derecho a la educación, información y organización para salvaguardar sus intereses¹⁶⁶. Cada uno de los ámbitos mencionados contemplan al consumidor en esferas que pueden conducir su toma de decisión de manera más ponderada.
- e) El Tratado de Lisboa (2009), introduce cambios estructurales e institucionales, así como el fortalecimiento de los derechos fundamentales. Por lo que se establece que la Unión debe asegurar un alto nivel de protección del consumidor. El tratado fortalece el rol de los derechos humanos e introduce nuevos derechos, como el derecho a la iniciativa ciudadana: la democracia

¹⁶⁴ Tratado de la Unión Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:11992M/TXT>, consultada el 10 de marzo de 2021.

¹⁶⁵ *Idem*, El artículo 129 A expone lo siguiente: 1. La Comunidad contribuirá a que se alcance un alto nivel de protección de los consumidores mediante: a) medidas que adopte en virtud del artículo 100 A en el marco de la realización del mercado interior; b) acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembros a fin de proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, y de garantizarles una información adecuada. 2. El Consejo, con arreglo al procedimiento previsto en el artículo 189 B y previa consulta al Comité Económico y Social, adoptará las acciones concretas mencionadas en la letra b) del apartado 1. 3. Las acciones que se adopten en virtud del apartado 2 no obstarán para que cada uno de los Estados miembros mantenga y adopte medidas de mayor protección. Dichas medidas deberán ser compatibles con el presente Tratado. Se notificarán a la Comisión.

¹⁶⁶ Véase: Tratado de Amsterdam por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea, los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas y determinados actos conexos, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:11997D/TXT>, consultada el 10 de marzo de 2021.

participativa. En el artículo 2C¹⁶⁷ se establece que la protección de los consumidores es un ámbito de competencia de la Unión Europea y los Estados miembros.

A partir del año 2000 se observa una tendencia hacia la armonización de los instrumentos normativos sectoriales de protección de los derechos de los consumidores, en diferentes escalas; una en tipo medio y otra como armonización total. Sobre esta tendencia, se destaca la consecución de objetivos de integración económica y libre mercado transfronterizo. Mientras tanto que la regulación por medio de los Estados Miembros atiende a las particularidades contextuales y el sistema legal nacional, lo que podría denotar una protección más apropiada a las necesidades de la población, así como diferentes niveles de protección que se puedan tener entre los Estados.

La Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea fue firmada el 7 de diciembre del 2000 y entró en vigor en 2009, con dicho instrumento se sustituye el Tratado de Lisboa, en la normativa se desarrolla la concepción de consumidores ciudadanos, en el artículo 38 se establece la creación de políticas que garanticen un nivel elevado de protección de los consumidores y seguido se aborda una sección relacionada con la ciudadanía¹⁶⁸. Afirma Iris Benöhr¹⁶⁹: *“For the first time in the EU, the Charter sets out in a single text a whole range of fundamental civil, political, economic, and social rights for the Union’s citizens and residents”*.

Como corolario, se observa que en la Unión Europea iniciaron con modestos pasos hacia la protección integral de los derechos de los consumidores, encontrándose presente el antagonismo con las iniciativas de la Unión hacia la integración económica y armonización instrumental que facilite el crecimiento económico. A la par, se daba la consolidación de los consumidores ciudadanos

¹⁶⁷ Véase: Tratado de Lisboa por el que se modifica el Tratado de la Unión Europea y el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2007:306:FULL&from=ES>, consultada el 10 de abril de 2021.

¹⁶⁸ *cf.* Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>, 10 de marzo de 2021.

¹⁶⁹ Benöhr, Iris, *op. cit.*, p. 39. Traducción propia: Por primera vez en la Unión Europea, la Carta establece en un solo texto toda una gama de derechos fundamentales civiles, políticos, económicos y sociales para los ciudadanos y residentes de la Unión.

mediante la protección de los derechos fundamentales con justicia social. Todo el proceso implicó un largo camino de mejoras que permitió llegar hasta la iniciativa ciudadana en la defensoría de sus derechos.

Por otra parte, la inclinación hacia la protección del mercado interno se establece bajo la política que ubica en primer lugar a los consumidores, ya que cobra relevancia el papel activo que juegan los consumidores en la economía, toda vez que estimula el crecimiento económico. Destaca en la política que sea un documento vivo porque se actualiza constantemente según los cambios socioeconómicos, medioambientales y tecnológicos; en otras palabras, se adapta a los cambios en diferentes áreas. Acorde al propósito de la política, se contemplan las siguientes acciones¹⁷⁰:

- Un conjunto de normas aplicables a todos los productos y servicios de consumo en toda la UE, independientemente de que se vendan en una tienda o por internet;
- Condiciones de competencia equitativas para las empresas y la prohibición de las prácticas comerciales desleales;
- Acceso a mecanismos de resolución de conflictos rápidos, fáciles y a bajo coste;
- Reducción de los riesgos sanitarios y de seguridad en toda Europa gracias a una cooperación más eficaz y a la vigilancia del mercado;
- Información, el asesoramiento y el apoyo sobre cuestiones relativas a los consumidores;
- Protección de los consumidores vulnerables, como los niños.

De lo anterior se desprenden los ejes orientadores del bloque comunitario europeo, que tiene como uno de sus pilares la cooperación, aspecto indispensable para un comercio transnacional e, inclusive, articulador para la integración económica, el cual se entiende como la estrategia orgánica que apunta el lente hacia la protección de los consumidores vulnerables.

El caso de la Unión Europea connota mucha importancia porque su nivel de desarrollo también tiene cimentado la dimensión social de la tutela de los derechos de los consumidores y constituye una experiencia transnacional. Ahora bien, también necesitamos conocer cómo se está desarrollando esta protección en la esfera internacional, dado que las directrices y lineamientos del foro global suelen bajar a

¹⁷⁰ Comisión Europea, Consumidores: el consumidor es lo primero, Bruselas, 2016, p. 3, en <https://data.europa.eu/doi/10.2775/90287>, consultada el 11 de noviembre 2020.

los Estados y se alimentan de las experiencias nacionales, de manera que se homologuen buenas prácticas y se implementen lecciones aprendidas como experiencias exitosas.

2.3. Posicionamiento de la protección de los consumidores en la agenda de los organismos internacionales

Los organismos internacionales se localizan en la esfera que trasciende a los Estados, pero no se desatienden de los mismos, sino que se nutren con el aporte de los propios miembros. En esta lógica, atienden los lineamientos del derecho internacional público y privado. La tendencia de dichos organismos se inclina hacia el bienestar común, así como al desarrollo de las sociedades e intercambio multilateral.

De acuerdo con el *Diccionario panhispánico del español jurídico*¹⁷¹, son organismos internacionales, aquellos que han sido constituidos por la asociación de Estados, los que por lo general se integran y formalizan su voluntad mediante la firma de un tratado internacional o adhesión como miembro. Bajo este esquema, tienen en común las reglas de funcionamiento, lo que les permite el consenso sobre temas coyunturales que ameritan una acción coordinada. Estos organismos se caracterizan por tener una presencia permanente e independiente, donde los Estados se encuentran en una relación de horizontalidad.

En este orden de ideas, revisaremos (de manera orgánica y práctica) los aspectos relacionados con los consumidores en la esfera internacional. A continuación, el organismo procedente del esquema de Naciones Unidas.

¹⁷¹ *cfr.* Diccionario panhispánico del español jurídico, *Organización internacional*, en <https://dpej.rae.es/lema/organizaci%C3%B3n-internacional>, consultada el 27 de octubre de 2020.

2.3.1. Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

Desde nuestra perspectiva, el organismo internacional que actualmente se encuentra liderando de manera específica la materia de los consumidores, es la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés)¹⁷², fundada el 30 de diciembre de 1964 y que en la actualidad cuenta con una membresía de 195 Estados. El organismo pertenece al Sistema de Naciones Unidas, en la rama vinculada con la Asamblea General, que a su vez tiene la particularidad de enfoque hacia los países menos desarrollados (*Least Development Countries*, LDC por sus siglas en inglés), de economías en transición y sin litorales.

El organismo avoca sus esfuerzos a los LDC, que entiende en *lato sensu*, en los siguientes términos: “*the LDC category has always been defined not just by low incomes, but also in terms of countries with structural weaknesses, which pose severe handicaps to growth, and therefore needing special support and concessions if they are to participate effectively in the international economic system*”¹⁷³. Es positiva la consideración no solamente en el aspecto de países con bajos ingresos, sino contemplando además el estado estructural de la nación.

La UNCTAD¹⁷⁴ actúa como foro de deliberaciones intergubernamentales, en el que se celebran consultas con expertos y diversos intercambios de experiencias con miras a la creación de consenso. Primero surge el grupo intergubernamental de expertos en la materia de competencia, que ha llevado a cabo sesiones sistemáticas; ya en la sexta sesión del 8 al 12 de noviembre de 2010, se acuerda la creación para un grupo en la disciplina de los consumidores, conocida como el

¹⁷² Véase: <https://unctad.org/>

¹⁷³ Jolly, Richard, “*The 2010 UNCTAD LDC Report: A call for action*”, *European Journal or Development Research*, vol. 23, núm. 1, 2011, p. 17. Traducción con soporte de Google Traductor: La categoría LDC siempre se ha definido no sólo por los bajos ingresos, sino que también en términos de países con deficiencias estructurales, que supone graves obstáculos para el crecimiento, y por lo tanto necesitan apoyo y concesiones especiales para participar de manera efectiva en el sistema económico internacional.

¹⁷⁴ *cfr.* Grupo Intergubernamental de Expertos en Derechos y Políticas de Protección del Consumidor, en <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/intergovernmental-group-of-experts-on-consumer-protection>, consultada el 27 de octubre de 2020.

Grupo Intergubernamental de Expertos (GIE) en Derechos y Políticas de Protección del Consumidor, que tuvo su primera reunión *ad hoc*, el 12 y 13 de julio de 2012, donde se evacuaría un proceso de consulta con relación a las Directrices de Naciones Unidas para la Protección de Consumidores¹⁷⁵, con lo que se confirmó la vigencia y relevancia del instrumento normativo, así como las áreas de mejora y recomendaciones para abordar los cambios contemporáneos. Adicionalmente, se pretendía establecer la coherencia entre las políticas y leyes sobre la competencia y consumidores, así como su operativización mediante las autoridades rectoras.

Luego se llevó a cabo la segunda reunión *ad hoc*, el 11 y 12 de julio de 2013, en el marco del reporte crearon cuatro grupos de trabajo sobre comercio electrónico, servicios financieros, implementación, así como otros asuntos e implementación. Posteriormente, hubo otra sesión (22 y 23 de enero de 2015), en el mismo sentido, donde sesionaron los grupos de trabajo.

Una vez delineada la parte evaluativa de las directrices y priorizadas las temáticas coyunturales de atención, se mantuvieron de manera sistemática las sesiones del grupo de expertos. En el orden siguiente:

- Primera sesión, del 17 al 18 de octubre de 2016. Entre los puntos a tratar en la agenda, estaban los relacionados con el plan de trabajo del GIE 2016-2020, el relanzamiento de las directrices para la protección de los consumidores y el compromiso de los *stakeholders* con relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Segunda sesión, del 3 al 4 de julio de 2017. Entre los aspectos que se evaluaría en la reunión, se analizaría el comportamiento sobre la implementación de las directrices a nivel nacional y regional, el marco legal e institucional para la protección de los consumidores, la protección de los

¹⁷⁵ En el seno del organismo se diseñaron las *Directrices para la protección del Consumidor*, las que llevaron alrededor de treinta años para que se pudieran aprobar como instrumento de derecho suave validado por los diferentes miembros de Estados. La evaluación se realizaría sobre el período desde su redacción, en 1985 hasta el año 2013. Entre los nuevos retos contemporáneos ya se comenzaba a vislumbrar el comercio electrónico y protección de datos personales, Reporte en https://unctad.org/system/files/official-document/ADHOC2013_CCPB_FullReport_en.pdf

consumidores vulnerables y en desventaja, la revisión entre pares, la protección de los consumidores en el comercio electrónico, así como la construcción de capacidades sobre la materia consumeril.

- Tercera sesión, del 9 al 10 de julio de 2018. En esta sesión se dio atención a otras temáticas: protección de los consumidores en servicios financieros, resolución de disputas y compensación, así como seguridad de los productos de consumo. Por otra parte, se retoma el tema del comercio electrónico.
- Cuarta sesión, del 8 al 9 de julio de 2019. En esta sesión se podría decir que retoman los temas anteriores y agregan la contribución de la protección del consumidor al consumo sostenible, novedades más recientes en los marcos jurídicos e institucionales, y mapa mundial de la protección del consumidor. Finalmente, se anexa el catálogo virtual de las mejores prácticas internacionales.

Por consiguiente, lo anterior denota la pauta institucional que se ha tenido en la protección de los consumidores. Observamos de manera acertada el enfoque de la investigación, dado que conduce al reto que implica la tutela de los derechos de los consumidores a la luz del comercio electrónico.

2.3.2. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

La OCDE¹⁷⁶ tiene como misión, diseñar mejores políticas para una vida mejor, donde las políticas promuevan la prosperidad, igualdad, oportunidades y el bienestar de las personas. El mecanismo que implementa el organismo es por medio de estándares, normas y códigos internacionales que se construyen con base en datos empíricos para el análisis integrado de los diferentes fenómenos o problemáticas que atienden.

Establecida en 1948 como la Organización de Cooperación Económica Europea, tiene su referente bajo el Plan Marshall financiado por los Estados Unidos de América, y nace con la convención firmada en París el 14 de septiembre de 1960,

¹⁷⁶ *cfr.* Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Acerca de, en <https://www.oecd.org/acerca/>, consultada el 27 de octubre de 2020.

pero es hasta el 30 de septiembre de 1961 donde surge oficialmente, cuando entra en vigor la convención, siendo ahora conocida por su nombre actual.

En su base cuenta con una membresía de 37 países¹⁷⁷. Y parecido a la UNCTAD opera mediante grupos de expertos, grupos de trabajo y comités temáticos. De igual forma, trabaja con diferentes interlocutores: gobiernos, parlamentos y sociedad civil, por lo que podríamos intuir que maneja un amplio campo de acción e impacto.

En materia de políticas y leyes con relación a los consumidores tienen instrumentos en vigor, desde 1980 a la actualidad, que cuentan con el estatus de recomendación y declaración. El común de ambos instrumentos es que no son legalmente vinculantes, pero en el caso de la recomendación se compele a los adherentes a una vinculación moral por voluntad política, y con respecto a las declaraciones son usualmente emitidas por los ministerios donde establecen principios y metas. Nuestro enfoque de estudio será en las recomendaciones que en la *praxis* se traducen en las normas como *Directrices de la OCDE para la protección de los consumidores en prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas* (2003).

Otras recomendaciones¹⁷⁸ versan, entre otros, sobre los siguientes tópicos: Seguridad digital en actividades críticas (2019), inteligencia artificial (2019), protección de los consumidores en el comercio electrónico (2016), toma de decisión política sobre los consumidores (2014), resolución de disputas y compensación de los consumidores (2007) y cooperación transfronteriza en la aplicación de leyes que protegen la privacidad (2007).

En consecuencia, se aprecia el desarrollo de instrumentos de *soft law* que apuntan por la cooperación, mismos que se construyen en el seno de organismos

¹⁷⁷ Los países son: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Chile, Colombia, Corea, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, México, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Eslovaca, Suecia, Suiza y Turquía.

¹⁷⁸ Véase: Instrumentos legales de la OCDE en <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments?mode=advanced&typeIds=3,2,4&committeIds=1677,1837&dateType=adoption>, consultada el 28 de octubre de 2020.

nutridos por el aporte de los diferentes sectores de los Estados, academia, sociedad civil, empresas, en fin, todos los públicos de intereses y *stakeholders*.

2.3.3. Organización Mundial del Comercio (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC) nació el 1º de enero de 1995, teniendo como prolegómeno el *Acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio* ó *General Agreement on Tariffs and Trade* (GAAT, por sus siglas en inglés), mismo que surge por la imperiosa necesidad de un mecanismo para fomentar la liberalización del mercado, y del arreglo común sobre los aranceles para la importación de mercancías.

Los eventos que fraguaron este accionar de la comunidad internacional se encuentran principalmente en la crisis posguerra que tuvo su reflejo en la vida económica y política de los Estados; razón que exigía tomar medidas para recobrar la estabilidad económica con efectos en las dimensiones: política y social. Víctor Castrillón¹⁷⁹ identifica los hitos del GAAT: Celebración de la Conferencia Internacional de *Bretton Goods* (1944) que instauró las políticas económicas mundiales y entre otros propósitos, los actores participantes en la conferencia pretendían la constitución de una estructura institucional especializada en el comercio internacional, persiguiendo así la creación de una “macroestructura”.

En años posteriores, hubo propuestas para la creación de este tipo de organización, teniendo como resultado la primera Conferencia de negociaciones en materia de aranceles, celebrada en Ginebra, Suiza, el 30 de octubre de 1947, surgiendo en dicho encuentro el tratado multilateral del GAAT, mismo que fue suscrito por 23 Estados en su fase inicial. A partir de este punto, siguieron una serie de rondas de negociación comercial, culminando con la firma del acuerdo en la reunión suscrita en Marrakech el 15 de abril de 1994, con el que se instaura la Organización Mundial del Comercio (OMC) y que entra en vigor en enero de 1995 en Ginebra.

¹⁷⁹ *cf.* Castrillón y Luna, Víctor Manuel, *Derecho Mercantil...*, *cit.*, pp. 130-136.

El cuestionamiento previo para ratificar el GAAT, obedecía a una forma expedita y menos burocrática para alcanzar este cometido, es decir, que no compeliere la aprobación de los órganos legislativos de los Estados involucrados, generándose en el corto tiempo la aprobación y entrada en vigor de dicho instrumento. En este mismo sentido, afirma Víctor Castrillón¹⁸⁰ que el GATT: “Se trata de un acuerdo internacional que se convirtió en una auténtica organización para regular el comercio internacional y cuyos propósitos eran los de reducir los obstáculos a los intercambios comerciales”.

Ahora bien, la Organización Mundial del Comercio (OMC), de encargarse con el GATT a la reducción de los aranceles y otros obstáculos al comercio de mercancías, amplió su ámbito de trabajo al campo de servicios, propiedad intelectual, solución de diferencias y vigilancia del comercio. De tal forma, que la OMC se convirtió en:

La única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades¹⁸¹.

La organización de la OMC se describe desde dos ámbitos: funciones y estructura. Las funciones son acordes a las líneas de trabajo concebidas en su marco constitutivo y son: “administrar los acuerdos comerciales; servir de foro para las negociaciones comerciales; resolver las diferencias comerciales; examinar las políticas comerciales nacionales; crear capacidad comercial en las economías en desarrollo; cooperar con otras organizaciones internacionales”¹⁸².

A su vez, la OMC está integrada por 164 miembros desde el 29 de julio de 2016, quienes se articulan en una estructura que es liderada por la Conferencia

¹⁸⁰ *Ibidem*, p. 129.

¹⁸¹ Organización Mundial del Comercio, ¿Qué es la OMC?, en https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm, consultada el 26 de septiembre de 2022.

¹⁸² Organización Mundial del Comercio, ¿Qué es la OMC?, en https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/inbrief_s/inbr_s.htm, consultada el 26 de septiembre de 2022.

Ministerial y en siguientes líneas de la jerarquía, el Consejo General, del cual dependen tres consejos temáticos: Consejo del comercio de mercancías, Consejo del comercio de servicios y Consejo de los aspectos de los derechos de la propiedad intelectual. Por último, existen comités y grupos de trabajo especializado que abordan otros tópicos conexos. Al respecto, debemos destacar el Programa de trabajo sobre el comercio electrónico, que opera desde 1998 y se encuentra bajo la responsabilidad de cuatro órganos de la OMC, a saber, los tres consejos antes mencionados más el Comité de comercio y desarrollo.

2.3.4. Otras organizaciones pro consumidor

Xavier Ginebra¹⁸³ menciona otros órganos internacionales que abordan la protección de los derechos de los consumidores:

- Red Internacional de Protección al Consumidor y de Aplicación de la Ley.
- Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor.
- *Consumers International*.

De los espacios antes mencionados, ahondaremos en *Consumers International* porque se identifica su accionar desde la UNCTAD, siendo un participante activo en las sesiones de trabajo y, por ende, un referente en la temática.

Consumers International fue fundado en 1960 bajo el nombre de Organización de la Unión Internacional de los Consumidores¹⁸⁴, con el fin de fortalecer la defensa de los derechos de los consumidores a nivel global, en el contexto posguerra. Se trataba de una unión internacional porque, en su inicio, estaba conformada por cinco organizaciones¹⁸⁵ de consumidores procedentes de

¹⁸³ Ginebra, Xavier, *Derechos de los consumidores en la modernidad*, México, Tirant lo Blanch, 2018, p. 14.

¹⁸⁴ El nombre en inglés es: *International Organization of Consumers Unions (IOCU)*.

¹⁸⁵ Las organizaciones sin fines de lucro son: *Consumers Union, US; Consumers' Association, UK; Nederlandse Consumentenbond, Netherlands; Union Belge des Consommateurs (Tests Achats), Belgium; and the Australian Consumers' Association*

Estados Unidos, Europa y Australia. Es en 1995, treinta y cinco años posterior al inicio de sus operaciones, es cuando se da un cambio en el nombre organizacional, ahora abreviado: *Consumers International*. Posteriormente, en el año 2006 se genera una transformación en su marco de actuación interno, reformando su diseño y estrategia organizacional¹⁸⁶.

La organización fue marcando un camino sólido que le favoreció y le mereció el reconocimiento como consultivo general de Naciones Unidas, por las campañas de impacto global en temáticas como alimentos de bebé, pesticidas, entre otras, mismas que iban dirigidas al *performance* de las empresas transnacionales¹⁸⁷. Generaron tal impacto con esta iniciativa de campaña e incidencia, que, en conjunto con el fortalecimiento de redes de información para hacer cruce de experiencias sobre productos seguros y productos prohibidos, originó una lista en común; dicho documento fue de tal valor que escaló hasta la platea de Naciones Unidas, reflejándose en 1983 en la *Lista consolidada de productos prohibidos, retirados, severamente restringidos o no aprobados por los gobiernos*. Deducimos que este hito asentó la posición que tendría ante Naciones Unidas como un actor clave en la esfera global, ya que sentaba un precedente al coordinar redes que trabajan al unísono en la atención de problemáticas tocantes a los consumidores, lo que a su vez los situaba como representantes de los consumidores, al referirse en pro de sus derechos en la palestra internacional donde se sientan los tomadores de decisión: los representantes delegados por los Estado-nación.

A nivel individual, en relación con los consumidores pasó de jugar un papel sensibilizador hacia un paradigma transformador, que partiera del poder de acción colectiva mediante grupos o movimientos sociales, teniendo presente que el principal eje es la protección de los intereses de los consumidores, razón por la cual la membresía debería estar libre de vínculos de interés económico o comercial con las empresas; es decir, ser organizaciones sin fines de lucro y sin ánimo comercial.

(Choice). *Consumers International, 50 Years of the global consumer movement, 1960-2010*, en https://www.consumersinternational.org/media/2066/ci_at_50_eng.pdf, consultada el 2 de diciembre de 2020.

¹⁸⁶ cfr. Anheier, Helmut *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Civil Society*, Arlington, Springer, 2010, p. 551.

¹⁸⁷ *Consumers International, 50 Years of the global consumer movement...*, *cit.*, p. 1.

Después de estar focalizada en países desarrollados, tuvo su extensión a los países en vías de desarrollo situados en América Latina. Otro de los campos de impacto, en la construcción de capacidades institucionales, permeó en las Organización Internacional del Comercio, propiamente, en la negociación de los tratados internacionales. De lo cual se desprenden estándares internacionales sobre los alimentos (*Codex Alimentarius Commission*) vinculados con la Organización Internacional de Normalización (*International Organization of Standardization, ISO*), otros atendiendo a las patentes y derecho de propiedad intelectual relativo a los medicamentos. Del cual señala Santos Bonaventura de Sousa¹⁸⁸, que en los países en vías de desarrollo se encuentran los sujetos configurados como subalternos, quienes en países como la India tienen que recurrir a medicamentos transgénicos o no licenciados, debido a que requieren adquirirlos y cubrirlos con sus limitados recursos; por ser un país de renta baja los precios exorbitados de las empresas transnacionales distan de sus posibilidad inmediatas y reales.

Otro autor que aborda el tema de las patentes como derecho de propiedad industrial es Immanuel Wallerstein¹⁸⁹, que refiere a las patentes y, en general a la figura del monopolio o el disfraz que ocupa mediante el cuasi-monopolio, como un elemento que repercute directamente en el consumidor, al ofrecer productos con una etiqueta de calidad con un precio muy superior, lo que limita la posibilidad del consumidor al adquirir una mayor cantidad de productos necesarios para satisfacer las necesidades familiares. En suma, el control del mercado y propiamente dicho de los productos estrella, constriñe al consumidor a aceptar el precio impuesto por la industria.

Regresando al proceso de evolución que ha tenido *Consumers International*, encontramos que su foco de atención está dirigido hacia la reducción de la pobreza, responsabilidad social, servicios, consumo sostenible, cambio climático y asistencia en productos seguros¹⁹⁰. Su labor opera como una organización de membresía para

¹⁸⁸ *cfr.* Bonaventura de Sousa, Santos y Rodríguez Garavito, César (eds.), *El derecho y la globalización desde abajo: Hacia una legalidad cosmopolita*, trad. de Carlos Morales de Setién Ravina, México, Anthropos, 2007.

¹⁸⁹ *cfr.* Wallerstein, Immanuel Maurice, *Análisis del Sistemas-Mundo: una introducción*, 2a. ed., trad. de Carlos Daniel Schroeder, México, Siglo XXI, 2005.

¹⁹⁰ *Consumers International, 50 Years of the global consumer movement...*, *cit.*, p. 6.

grupos de consumidores de todo el mundo con una estrategia que les permita “sacar lo mejor de la economía y la sociedad digital sin tener que comprometer la calidad, la atención y el trato justo al poner su voz en el centro del desarrollo digital y garantizar la excelencia en la protección global del consumidor a través de proyectos específicos”¹⁹¹.

El nuevo rumbo que está tomando el organismo de incidencia global de protección de los consumidores hacia la economía y la sociedad digital, nos marca la pauta que deberá seguir los derechos de protección de los consumidores. Por ello, la importancia de conocer las nuevas tendencias en la tutela de tales derechos.

2.4. Nuevas tendencias hacia la tutela de los derechos de los consumidores

Debido a que el consumidor representa la parte débil de la relación contractual, aduce Xavier Ginebra¹⁹² que ahora se apuntala por criterios de equidad que procuren un equilibrio entre las relaciones privadas desiguales, y que, por otra parte, tendrá como un aspecto positivo el crecimiento económico y la justicia social. En este mismo tenor, la UNCTAD¹⁹³ considera que la protección de los derechos de los consumidores es relevante para promover el crecimiento económico y reducir la pobreza, mediante su empoderamiento. Esto propicia que sean menos susceptibles a abusos.

En este marco, para percibir el rumbo que está tomando la tutela de los derechos de los consumidores, visitaremos los eventos con mayor realce sobre la temática, tanto por sus miembros participantes como por el reconocimiento institucional del que gozan.

Uno de ellos, es la Conferencia Internacional sobre la Política del Consumidor para el G20, realizada en Japón, el 5 y 6 de septiembre de 2019,

¹⁹¹ *Consumers International*, Nuestra estrategia, en <https://es.consumersinternational.org/who-we-are/our-strategy/>, consultada el 2 de diciembre de 2020.

¹⁹² *Ibidem*, p. 41.

¹⁹³ Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, *Competition and consumer protection*, en <https://unctad.org/Topic/Competition-and-Consumer-Protection>, consultada el 21 de octubre de 2020.

enfocada en los retos de la era digital, auspiciado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). El evento consideraba en su agenda seis áreas¹⁹⁴ de importancia para los tomadores de decisión: I) ajustes de la política al rápido cambio tecnológico, II) fortalecimiento de la cooperación transfronteriza, III) mejora en el retiro de los productos en la era digital, IV) resolución de disputas, compensación y nuevas tecnologías, V) el rol de las agencias de protección de los consumidores en atención a los ODS y VI) la protección de los consumidores vulnerables en la era digital.

En cuanto a la cooperación transfronteriza, inferimos que la autorregulación proclamada por la empresa transnacional bajo el argumento de la libre empresa y liberalización de los mercados está transitando a los campos de la corregulación, máxime con la inherente conexión en una economía globalizada. En México, Jorge Estrada¹⁹⁵ plantea una iniciativa que implica regular la autorregulación mediante una política pública estatal con un esquema vinculante de regulación en analogía con la “mejora regulatoria” a cargo de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), que se circunscribe bajo la función del Estado que atiende la regulación y promoción de la actividad económica del país.

Es decir, así como la mejora regulatoria implica una simplificación normativa a conveniencia de la economía en sentido amplio y en específico en beneficio de la empresa, el adentrarse en la autorregulación conviene al interés público, porque no se puede hacer una desconexión de los efectos que puede generar la autonomía privada empresarial en la sociedad, pudiendo resultar pernicioso la no tutela estatal frente a los derechos fundamentales.

Sobre las nuevas tendencias que se estudian desde la UNCTAD, se revisa el último foro concertado: la Octava Conferencia de las Naciones Unidas sobre

¹⁹⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Challenges to consumer policy in the digital age, Background Report, G20 International Conference on Consumer Policy*, Tokushima, Japón, 5-6 septiembre 2019, en <https://www.oecd.org/sti/consumer/challenges-to-consumer-policy-in-the-digital-age.pdf>, consultada el 31 de mayo de 2020.

¹⁹⁵ Estrada Cuevas, Jorge Alberto, “De la desregulación a la regulación de la autorregulación de las empresas en México”, en Tapia Vega, Ricardo y Moreno Castillo, María Asunción (coords.), *Hacia el ámbito del Derecho Empresarial*, México, Ediciones Eternos Malabares, 2017.

Competencia y Protección del Consumidor, que se llevó a cabo del 19 al 23 de octubre de 2020. Tuvo como uno de los aspectos torales, la cooperación e intercambio de experiencias. Este evento se enmarca en la revisión quinquenal de todos los aspectos relacionados con la competencia, no obstante, lo que llama la atención es que en esta ocasión se maneja de manera paralela el ámbito de los consumidores, ya que se incluye en el programa, representando un hito en dicho tipo de encuentro.

Por otra parte, la agenda incluía temáticas como: el fortalecimiento de la protección de los consumidores y la competencia en la economía digital, cooperación internacional en materia de aplicación entre las autoridades de protección del consumidor en el comercio electrónico, entre otras temáticas¹⁹⁶ relacionadas con el derecho de competencia, evaluación de pares, construcción de capacidades y asistencia técnica. Lo anterior denota la alineación de los puntos de discusión con los temas de mayor afluencia en el foro global, mismos que a su vez están colmados de retos; por ello, la relevancia por la cooperación e intercambio para apuntalar esfuerzos de manera conjunta y coordinada, lo que permitirá mayores avances y logros para su debida protección.

A manera de síntesis, la tendencia en la tutela de los derechos de los consumidores se enfoca en aquellas actividades y medios por los cuales los consumidores extienden su *alter ego* fuera de las fronteras nacionales, en la calidad del consumidor internacional. Pero como ya se expresó en el capítulo primero, enfocado en la globalización, esta es una nueva realidad y coyuntura por la que los organismos internacionales apuntalan hacia la coordinación y accionar conjunto en la protección de los consumidores desde las agencias y autoridades competentes.

La agenda de trabajo sostenida en la esfera global tiene su reflejo en los Estados, a continuación, abordaremos cómo se encuentra México al respecto.

¹⁹⁶ Véase: Agenda en <https://unctad.org/meeting/eighth-united-nations-conference-competition-and-consumer-protection#tab-2>, consultada el 25 de octubre de 2020.

2.5. Protección de los derechos de los consumidores en México

México se coloca en paralelo con los diferentes Estados que promueven la protección de los derechos de los consumidores. En este sentido, revisaremos los lineamientos nacionales y globales en los que manifiesta su voluntad política para materializar la protección de los consumidores.

Iniciamos con el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024¹⁹⁷. El plan traza la necesidad de avocar los esfuerzos del poder público en el bienestar común, orden social e interés público. Entre uno de los principios rectores enuncia que el mercado no sustituye al Estado, por lo que se propone la ejecución de políticas públicas coherentes con los propósitos nacionales. Sobre lo anterior, podemos resaltar como positivo el reenfoque hacia el papel preponderante del Estado, para garantizar los derechos y promover el desarrollo económico y social del país; por ello, son los órganos estatales los encargados de tutelar la restitución de los derechos con justicia social.

En cuanto a la política social, maneja la fórmula del desarrollo sostenible, como la “satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”¹⁹⁸, misma que es acorde a los lineamientos internacionales, con el objetivo del consumo sostenible.

Como parte del plan nacional, se desprende el Programa institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)¹⁹⁹, mismo que a su vez se concatena con el Programa sectorial de Economía 2020-2024²⁰⁰, que

¹⁹⁷ *cfr.* Secretaría de Gobernación, “Plan Nacional de Desarrollo y programas sectoriales 2019-2024”, en <http://www.ordenjuridico.gob.mx/sectoriales.php#gsc.tab=0>, consultada el 28 de octubre de 2020.

¹⁹⁸ *Ibidem*, s. p.

¹⁹⁹ *cfr.* Acuerdo por el que se da a conocer el Programa institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, Publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 29 de septiembre de 2020, México, en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5601406&fecha=29/09/2020#gsc.tab=0, consultada el 10 de noviembre de 2020.

²⁰⁰ Secretaría de Economía, Programa sectorial de Economía 2020-2024, Publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 24 de junio de 2020, México, en

propone, entre otros asuntos, la protección efectiva a los derechos de los consumidores. El programa institucional reconoce como problemáticas que enfrentan los consumidores: “la asimetría de la información, los altos costos de transacción y la débil capacidad institucional en la protección de los derechos del consumidor”, por lo que se propone atacar esos malestares, que se acrecientan en el espacio del comercio electrónico. De manera institucional, proponen como política, la defensa de la confianza ciudadana.

A nivel internacional, uno de los principales referentes son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), abreviados como la Agenda 2030, del cual consideramos que los consumidores representan una masa significativa de sujetos que se vinculan de una u otra manera con los diferentes ODS en su conjunto. No obstante, el objetivo que se encuentra estrechamente asociado, sin lugar a duda sería el Objetivo 12 “Producción y consumo responsables”.

El plan institucional de PROFECO indica que con sus alcances programáticos también aportarán a los ODS 2 “Hambre cero” y 10 “Reducción de las desigualdades”, el primero porque al propiciar el bienestar integral desde el polo del fortalecimiento del mercado interno, sumado al acceso al consumo e información integral sobre los aspectos relevantes para los consumidores, en definitiva, contribuirá con el objetivo. En otras palabras, realizando acciones a nivel de la estructura económica y social, y a nivel individual. En cuanto al ODS 10 relacionado con las desigualdades, la institución proyecta empoderar al consumidor y contribuir a la reducción de este flagelo.

En esta misma línea, el Reporte 2020 sobre los ODS²⁰¹ reconoce que, por la emergencia sanitaria de COVID-19, muchos logros y mejoras sobre los indicadores meta retrocedieron. Acorde al informe se indica que existirá una repercusión en el comercio mundial donde habrá un desplome entre un 13% y un 32%; caso similar para los países con ingresos medios y bajos que sufrirán una reducción de un 20%

http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5595481&fecha=24/06/2020#gsc.tab=0, consultada el 10 de noviembre de 2020.

²⁰¹ *cfr. Naciones Unidas, Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles 2020, en https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Spanish.pdf, consultada el 25 de octubre de 2020.*

en las remesas en 2020. Este último dato advierte una situación de mayor vulnerabilidad para los pobres de los diferentes estratos, pobreza media y extrema.

El reporte asevera sobre el Objetivo 12, que existe el uso de recursos naturales de manera insostenible, destacando: las facilidades en el empleo de los combustibles fósiles mediante subsidios gubernamentales, el aumento de la generación de residuos electrónicos que tienden a ser peligrosos y del que no existe una misma relación con la tasa de reciclaje, además de condiciones propias del fabricante que oferta en el mercado nuevos modelos y, prácticamente, nulas opciones por la reparación, lo que tiene relación con la “obsolescencia programada” y “la tecnología persuasiva”, así como la pérdida o desperdicio de alimentos en la cadena de valor.

En concreto, se advierte que el Estado mexicano cuenta con una política de protección al consumidor armonizada con el Plan Nacional de Desarrollo, los ODS y el Plan sectorial de instituciones como la PROFECO, donde se procura en conjunto satisfacer las necesidades de la población con un enfoque de desarrollo sostenible, que procura atacar el flagelo de la pobreza y desigualdades para alcanzar el bienestar común, mismo que en materia de consumo amerita la atención y regulación del mercado, para que no exista mayor distorsión y por el contrario, se reviera estos aspectos negativos hacia un desarrollo sostenible y consumo responsable.

Para entender mejor, cómo opera la política de protección a los consumidores, revisaremos el cuerpo normativo referente con el órgano rector especializado en la materia.

2.5.1. Procuraduría Federal del Consumidor

En México, la Procuraduría Federal al Consumidor (PROFECO) es la autoridad administrativa que se encarga de velar por la protección y defensa de los derechos de los consumidores, que va desde la prevención a los abusos que pueden tener los consumidores en las relaciones de consumo con los proveedores, hasta la restitución de derechos en los términos fijados por la ley.

Previo a la existencia de la actual ley rectora en la tutela de los derechos de los consumidores, existió en primera instancia la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), publicada el 5 de febrero de 1976, con dicho cuerpo normativo se crean dos instituciones: el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

Explica Eréndira Salgado²⁰² que en un lapso de diez años aproximadamente acontecieron reformas con respecto a la materia regulada por el Congreso, es decir, en cuanto al comercio (artículo 73, fracción X constitucional) y las partes intervinientes, hecho que fue tachado como inconstitucional. Es en 1983, que se retoma una reestructuración económica, que entre otros propósitos pretendía elevar la categoría del consumidor a la categoría de derechos sociales.

La reestructuración implicó a su vez una reforma constitucional que fue manifiesta en el dispositivo constitucional para la protección del consumidor en el artículo 28, al indicar en el párrafo tercero: “La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses”; esto de cara a los monopolios y a todo aquello relacionado con el control de los mercados en detrimento de los consumidores. Por esta razón, la materia consumeril se encuentra asociada con el derecho a la competencia, porque trata de evitar que haya acaparamiento del mercado y entre ellos productos esenciales para el bienestar y desarrollo de las familias.

Al elevar el derecho de protección de los consumidores a rango constitucional en 1983, se pretende dotar a la PROFECO con las facultades necesarias para la debida tutela de los derechos de los consumidores, al reconocer la desventaja que viven los consumidores ante proveedores, llámese también agentes económicos que interactúan en la dinámica de mercado, esto con arreglo a la Tesis aislada 1a. XCVII/2015 (10a.)²⁰³.

²⁰² *cf.* Salgado Ledesma, Eréndira, “La protección del consumidor en la interpretación legal y constitucional”, en Godínez Méndez, Wendy y García Peña, José Heriberto (coords.), *Derecho económico y comercio exterior*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015.

²⁰³ Tesis aislada, 1a. XCVII/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008636, Materia Constitucional, t. II, marzo de 2015, p. 1094.

La nueva ley referente se publica el 24 de diciembre de 1992, con la que se observó una fusión de las dos instituciones creadas, persistiendo la última. Ahora bien, en este nuevo contexto se estructura de la siguiente manera:

PROFECO²⁰⁴ se plantea como misión y visión:

Misión	Visión
Empoderar al consumidor mediante la protección efectiva del ejercicio de sus derechos y la confianza ciudadana, promoviendo un consumo razonado, informado, sostenible, seguro y saludable, a fin de corregir injusticias del mercado, fortalecer el mercado interno y el bienestar de la población.	Ser 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, la no discriminación, la participación ciudadana, y la educación para un consumo responsable.

De su estrategia institucional se desprenden dos elementos determinantes: 1) en la misión: el ambiente del mercado como el espacio donde se crean situaciones de desigualdad, que hay que corregir para lograr relaciones de consumo justas, y 2) en la visión: el rol de la procuraduría en pro del consumidor para establecer un equilibrio en la relación de consumo.

Aun así, esto no quiere decir que los derechos que correspondan a los proveedores en la relación de consumo estén excluidos de dicha legislación, puesto que se deben respetar los derechos y obligaciones de las partes en la relación de consumo, con arreglo a la Tesis jurisprudencial 1a./J. 100/2005²⁰⁵.

A tono con lo anterior, en el artículo 19 de la LFPC²⁰⁶ se determina que la política de protección al consumidor debe incluir medidas que procuren el mejor funcionamiento del mercado y el crecimiento económico de un país. Lo que permite deducir que en definitiva el correcto funcionamiento de un mercado se empareja con

²⁰⁴ Procuraduría Federal del Consumidor, ¿Qué hacemos?, en <https://www.gob.mx/profeco/que-hacemos>, consultada el 20 de noviembre de 2020.

²⁰⁵ Tesis jurisprudencial, 1a./J. 100/2005, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Primera Sala, Registro 177527, Materia Constitucional y Administrativa, t. XXII, agosto de 2005, p. 121.

²⁰⁶ Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de diciembre de 1992, México. Última reforma publicada DOF, el 12 de abril de 2019.

el crecimiento económico. Sobre ello, agregaríamos que el crecimiento económico debe ser compatible con el desarrollo económico.

De acuerdo, al artículo 20 de la LFPC, PROFECO está configurado como:

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.

Mediante diferentes tesis de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) se ha aclarado y reafirmado las facultades de la PROFECO.

- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. TIENE FACULTAD PARA EJERCER ACCIONES Y REALIZAR TRÁMITES Y GESTIONES EN REPRESENTACIÓN DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES²⁰⁷. Con respecto al artículo 24 de la ley rectora que le concede amplias facultades para hacer efectiva la protección de los consumidores, incluyendo “la promoción de acciones, la interposición de recursos, y la realización de trámites y gestiones que se requieran, sin imponer limitación alguna en cuanto al tipo de acciones o recursos que puede promover”. De igual manera, PROFECO puede actuar en representación de los intereses de los consumidores en general.
- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. ESTÁ FACULTADA PARA SOLICITAR LA DECLARACIÓN JUDICIAL DE NULIDAD DE CLÁUSULAS DE CONTRATOS DE ADHESIÓN QUE SE OPONGAN A LO PREVISTO EN LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR²⁰⁸. Puesto que debe operar el previo registro del contrato de adhesión ante la PROFECO, cuando acaecen diferencias en el texto registrado y tiene efectos en perjuicio del consumidor se tendrán por no puestas, esta regulación se hace extensiva incluso para los contratos no registrados.

²⁰⁷ Tesis aislada, 1a. XCVIII/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008645, Materia Administrativa, t. II, marzo de 2015, p. 1105.

²⁰⁸ Tesis aislada, 1a. XCIX/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008644, Materia Administrativa, t. II, marzo de 2015, p. 1104.

- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. CASO EN QUE EJERCE FUNCIONES JURISDICCIONALES²⁰⁹. En el marco de actuación de la PROFECO, ejerce tres tipos de funciones: a) Conciliadora, b) Arbitral y c) Calificadora. El caso del juicio arbitral es el único en donde ejerce una función jurisdiccional dado que culmina con el laudo arbitral como título ejecutivo. En similar línea argumental, encontramos la aseveración que se hace con la tesis: PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, NO TIENE EL CARÁCTER DE AUTORIDAD JURISDICCIONAL²¹⁰. Al ser árbitro designado voluntariamente por las partes, PROFECO no actúa como autoridad jurisdiccional, solo dispone de competencia exclusiva para los conflictos específicos de consumidores y proveedores.

La autoridad opera mediante delegaciones en todas las entidades federativas. También tiene facultad para hacer consultas a diferentes sectores: público, social y privado, así como con otros aliados como la academia y organizaciones de consumidores, que operan a nivel de cooperación internacional.

Una de las novedades esenciales de PROFECO es el modelo de justicia para la reparación del daño que se puede someter de manera colectiva.

2.5.2. Acciones colectivas

Las acciones colectivas se configuran como el vehículo jurídico que permite la agrupación de consumidores para proteger sus derechos e intereses contra uno o varios proveedores que lo vulneren²¹¹. Seguidamente se mencionará la figura

²⁰⁹ Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Octava Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 230349, Materia Administrativa, t. II, diciembre de 1988, p. 414.

²¹⁰ Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Octava Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 223892, Materia Civil, t. VII, enero de 1991, p. 366.

²¹¹ Código Federal de Procedimientos Civiles, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de febrero de 1943, México. El artículo 579 del Código Federal de Procedimientos Civiles establece: La acción colectiva es procedente para la tutela de las pretensiones cuya titularidad corresponda a una colectividad de personas, así como para el ejercicio de las pretensiones individuales cuya titularidad corresponda a los miembros de un grupo de personas.

jurídica en distintas locaciones, a saber, la jurisdicción norteamericana, europea y mexicana.

2.5.2.1. Caso Norteamericano

Las *class action* norteamericanas conforman una tradición particular por proceder del sistema jurídico del *common law*, que es caracterizado por un derecho dinámico²¹² basado en la jurisprudencia y el análisis casuístico. Además, similar a México, el ordenamiento jurídico está conformado por leyes federales y estatales. René Camille²¹³ refiere que el derecho en los Estados Unidos se basa en los precedentes y la razón, bajo una doble jerarquía de jurisdicciones, a saber: federal y de las entidades federativas.

El marco previo denota la complejidad del sistema anglosajón, al mismo tiempo que resalta la eficacia en las resoluciones judiciales. En vista de la gran amplitud de cuerpos normativos, para las intenciones de este estudio se revisan las acciones de clases a nivel del derecho federal. Brian Fitzpatrick²¹⁴ expone un interesante punto de vista desde la arena de la comunidad empresarial, al elevar el desagrado que se tiene por las *class action* durante todo el proceso porque compele costos significativos para las empresas pagar al despacho jurídico que los defenderá, tiempo en la dotación de las pruebas y una vez sea obtenida la resolución, en caso de ser opuesta a sus intereses y en favor de la clase demandante, la compensación pueda llegar a ser *extra-compensatory damages*; debido a que la estimación del monto demandado en los casos incluye todas las costas del proceso, honorarios del despacho legal, así como los pagos por la

²¹² *cfr.* Magaloni Kerpel, Ana Laura, “¿Cómo estudiar el derecho desde una perspectiva dinámica?”, *Reforma Judicial. Revista Mexicana de Justicia*, México, núm. 23-24, enero-diciembre, 2016. Magaloni resalta la necesidad de estudiar el derecho en la interacción con la realidad social, es decir, el derecho en acción. Este permite la ponderación de los impactos que puede generar en la sociedad una determinada decisión judicial o solución jurídica.

²¹³ *cfr.* Camille Jauffret-Spinosi, René David, *Los grandes sistemas jurídicos contemporáneos*, 11a. ed., trad. de Jorge Sánchez Cordero, México, UNAM, 2010, pp. 291-296.

²¹⁴ *cfr.* Fitzpatrick, Brian, “Can the class action be made business friendly”, *Legal studies research paper series*, Vanderbilt University Law School, núm. 20-32, 2018.

compensación para todos los miembros de la clase. Además, la cantidad de miembros de la clase puede disparar el monto a compensar y, por ende, devenir en la quiebra de la empresa. Es decir, desde el sector empresarial aflora la preocupación por tener que pagar más de lo debido, según los daños ocasionados.

A continuación, precisamos conocer brevemente el surgimiento de las *class action* estadounidenses, para ello, Ernesto Villamil²¹⁵ expone que las *class action* tienen su vertiente en Inglaterra con los litigios grupales promovidos en su mayoría por un grupo social numeroso y resueltos en las Cortes de equidad. Estas prácticas de equidad migran a los Estados Unidos con el *Equity Rule 48*, hasta que se moderniza con la *Federal Rules of Civil Procedures (FRCP) 23* de 1938 y en ulterior reforma en 1966.

En la *Rule 23*²¹⁶, numerales a) se abordan respectivamente los prerequisites y los tipos de *class action*:

(a) Prerequisites. One or more members of a class may sue or be sued as representative parties on behalf of all members only if:

(1) the class is so numerous that joinder of all members is impracticable;

(2) there are questions of law or fact common to the class;

(3) the claims or defenses of the representative parties are typical of the claims or defenses of the class; and

(4) the representative parties will fairly and adequately protect the interests of the class.

Observamos que no se determina un número mínimo como requisito para los miembros que conforman la acción colectiva, así lo asevera Ernesto Villamil²¹⁷ al mencionar casos que han sido admitidos al considerar la numerosidad con cuarenta personas, otras once personas y hasta se ha llegado a cien personas como

²¹⁵ *cfr.* Villamil Rincón, Ernesto, “Debido proceso colectivo; La representatividad adecuada en las acciones colectivas norteamericanas (class action)”, *Revista de Derecho Privado*, núm. 57, enero-junio, 2017.

²¹⁶ *Federal Rules of Civil Procedure, Rule 23. Class Actions*, en https://www.law.cornell.edu/rules/frcp/rule_23, consultada el 19 de agosto de 2021. Traducción con soporte de Google Traductor: (a) Prerequisites: Uno o más miembros de la clase puede demandar o ser demandado como parte representativa en nombre de todos los miembros solo si: (1) la clase es tan numerosa que la unión de todos los miembros es impracticable; (2) hay cuestiones de hecho o derecho comunes a la clase; (3) las reclamaciones o defensas de las partes representativas son típicas de las reclamaciones o defensas de la clase; y (4) las partes representativas protegerán justa y adecuadamente los intereses de la clase.

²¹⁷ *cfr.* Villamil Rincón, Ernesto, *op. cit.*, p. 12.

acreditación de esta variable. Lo anterior nuevamente presenta la relevancia de la casuística, al considerar factores relacionados con el perfil de las personas demandantes, puntos en común, pretensiones, entre otras. Además, se procura que el representante manifieste el mejor interés para la clase.

Rodolfo Elizalde y Carlos Morales²¹⁸ traen a colación dos aspectos propios del sistema norteamericano: 1) Los efectos de la sentencia son vinculantes para todos los miembros de la clase, aunque no convenga a sus intereses y 2) La gestión del fondo de indemnización, incluye además de los gastos, los honorarios del representante y el abogado. Esto denota el paradigma propio del sistema judicial estadounidense, en donde una gran cantera de miembros de una *class action* se enfrenta a un monstruo corporativo, elevando así la complejidad de los casos tramitados por esta vía.

Por último, los tipos de *class actions* están contemplados en la Rule 23 (b), que básicamente tiene tres escenarios como parámetros para la certificación del grupo y que describimos de la siguiente manera retomando el análisis de Elizalde y Morales²¹⁹: 1) unidad, procura que se cobijen en una misma acción los casos similares, porque en situación contraria habría conflicto ante numerosas decisiones individuales, 2) la protección de la clase ante el actuar del demandado y 3) las pretensiones colectivas deben predominar sobre las individuales. Además, queda abierta la opción de los miembros de la clase para continuar en el proceso (*opt-in*) o retirarse (*opt-out*).

Como notas relevantes, resulta disruptivo la no determinación de la numerosidad de la clase porque brinda un mayor marco de acción acorde a la casuística, por otra parte, es apreciable como positivo en enfoque que se da al centro de la demanda, encontrado en las cuestiones de hecho o derechos comunes a la clase.

²¹⁸ *cfr.* Elizalde Castañeda, Rodolfo Rafael y Morales Arzate, Carlos Bonzo, “Los derechos difusos en México. Una mirada desde el Derecho Comparado”, *Revista de investigación en Derecho, Criminología y Consultoría Jurídica*, vol. 12, núm. 23, abril-septiembre, 2018.

²¹⁹ *cfr.* Elizalde Castañeda, Rodolfo Rafael y Morales Arzate, *op. cit.*, pp. 14-16.

2.5.2.2. Caso Europeo

En la Unión Europea este tipo de mecanismo jurídico es también conocido como “acción colectiva o acción representativa” y en Estados Unidos como *class action*; en todo caso, ambos persiguen una reparación colectiva, que es definida en los siguientes términos: “*a procedural mechanism that allows, for reasons of procedural economy and/or efficiency of enforcement, many similar legal claims to be bundled into a single court action*”²²⁰. La figura se fragua sobre la existencia de economía procesal al atenderse acciones con elementos comunes en una misma resolución, lo que genera una reducción de costos no sólo para la autoridad administrativa, sino también para los consumidores que son representados mediante un sujeto legitimado, quienes, de otra forma, tendrían posiblemente un procedimiento más tardado y en diferentes líneas de tiempo según lo haya tramitado, así como los costos en lo que incurren en dicho proceso. Desde otra perspectiva también se pueden mejorar el poder de negociación de los consumidores hacia una negociación más justa.

La acción busca responder a los intereses colectivos de los consumidores que tienden a medidas resarcitorias como la indemnización, la reparación, la sustitución, la reducción del precio, la resolución del contrato o el reembolso del precio pagado, según sea el caso. En Europa, las entidades habilitadas como representantes se encuentran principalmente entre las organizaciones de consumidores y órganos públicos designados por los Estados miembros. Además, por la naturaleza del espacio comunitario se pueden ejercer acciones de representación transfronteriza²²¹.

²²⁰ Tang, Zheng Sophia, *op. cit.*, 2015, p. 265. Traducción propia: Un mecanismo procedimental que permite, por razones de economía procesal y/o eficiencia de ejecución, muchas reclamaciones legales similares a ser agrupadas en una sola acción judicial.

²²¹ *cfr.* Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2020 relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32020L1828>, consultada el 10 de febrero de 2021.

Ana Montesinos²²² menciona que la evolución manifiesta en las reclamaciones colectivas retoma la experiencia estadounidense, pero a su vez es observable que cada Estado refleja diferente el abordaje legal a estas. Por lo que en el bloque europeo existe una diversidad de normas jurídicas sobre las acciones colectivas, en este sentido, en 2013 la Comisión Europea promovió la “Recomendación de la comisión sobre los principios comunes aplicables a los mecanismos de recurso colectivo de cesación o de indemnización en los Estados miembros en caso de violación de los derechos reconocidos por el Derecho de la Unión (2013/396/UE)²²³”.

Las recomendaciones postulan un planteamiento europeo coherente y horizontal del recurso colectivo para los Estados miembros, ello en vías del acceso uniforme a la justicia, ya que reconoce los diferentes mecanismos de recurso colectivo existente; tiene como foco la tutela ante prácticas ilegales y la indemnización por daños masivos. Siendo así, plantea principios comunes a los recursos que abordan: la capacidad para interponer una acción de representación, admisibilidad, información sobre los recursos colectivos, reembolso de las costas a la parte ganadora, financiación y asuntos transfronterizos. Luego destina principios específicos para el recurso colectivo de cesación y el recurso colectivo de indemnización.

Con relación a la recomendación, expresa Sophia Tang²²⁴ que este instrumento es de naturaleza no vinculante, entre sus fines procura hacer un balance entre dos derechos: los derechos fundamentales de los ciudadanos para acceder a la justicia y el derecho de empresa que evite el abuso en la litigación. Sobre este último, por ejemplo, se implementan medidas para controlar los honorarios de los abogados representantes, de tal forma que no llegue a ser un

²²² *cfr.* Montesinos García, Ana, “La tutela extrajudicial de los derechos e intereses colectivos”, *Indret: Revista para el Análisis del Derecho*, núm. 3, 2018.

²²³ Recomendación de la comisión sobre los principios comunes aplicables a los mecanismos de recurso colectivo de cesación o de indemnización en los Estados miembros en caso de violación de los derechos reconocidos por el Derecho de la Unión, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32013H0396&qid=1630282749117>, consultada el 20 de agosto de 2021.

²²⁴ *cfr.* Tang, Zheng Sophia, *op. cit.*, pp. 278-283.

negocio en detrimento de las empresas y con la implementación de prácticas ilegales, lo que establecen como salvaguardas para desalentar acciones ilegítimas y de mala fe al respecto, además de evitar de todas formas caer en los efectos negativos o criticables a las *class action* estadounidenses.

En cuanto a los asuntos transfronterizos, advierte Fernando Gascón²²⁵ que existe cierto recelo de los Estados miembros a la posibilidad de que sus sistemas económicos se vean afectados por las intervenciones foráneas, que traen consigo las acciones colectivas transfronterizas donde su ejercicio esté impregnado de abusos o instrumentadas de manera fraudulenta. Por ello, la ley determina controles para garantizar entidades legítimas.

La Directiva UE 2020/1828 alberga en sus considerandos aspectos relacionados a los riesgos en que los consumidores se pueden ver inmersos por la globalización y la digitalización, cuando se toma como una herramienta para llevar a cabo prácticas comerciales ilícitas, en este sentido, se trata de controlar y prevenir esta vulneración, pero a la vez procurar no afectar el mercado interior. Por esta razón la directiva viene a reforzar los mecanismos procesales para las acciones de representación. Otra forma en que opera la protección del mercado interior es mediante el principio del “perdedor paga”, esto para establecer un marco tutelar contra demandas abusivas y sin fundamento²²⁶.

En cuanto a la preocupación expresada por Fernando Gascón, se observa en el objetivo de la Directiva UE 2020/1828, que se mantienen dos lineamientos: la existencia de mecanismos de acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, y la salvaguarda para evitar un ejercicio abusivo de la acción procesal; entonces, con ello se trata de erradicar un efecto negativo en los sistemas nacionales.

Por último, nos interesa destacar de esta novedosa directiva, la combinación que hace en un único instrumento, de mecanismo para las acciones colectiva de los

²²⁵ *cf.* Gascón Inchausti, Fernando, “¿Hacia un modelo europeo de tutela colectiva?”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 12, núm. 2, octubre, 2020.

²²⁶ *cf.* Nuevas reglas para permitir la acción colectiva del consumidor de la UE, en <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20200630STO82384/nuevas-reglas-para-permitir-la-accion-colectiva-del-consumidor-de-la-ue>, consultada el 20 de agosto de 2021.

consumidores que tenga como fines la cesación o la reparación económica según sea el caso. Al mismo tiempo que abre la posibilidad al ejercicio de acciones de representación transfronteriza en diferentes Estados miembros²²⁷.

2.5.2.3. Caso Mexicano

A continuación, presentaremos un breve antecedente en la formación jurídica de la figura: acciones colectivas. Se tiene la primera aparición de una acción que se integra por una colectividad, con la ley de 1992, en la que se concebía la figura de la “acción de grupo”, instrumentada mediante legitimación procesal activa a PROFECO para la representación colectiva. Posteriormente, el 4 de febrero del 2004 se reforma la ley de la materia, mediante la cual se da una reconfiguración a la figura, ahora conocida como “acciones colectivas”²²⁸, para lo cual se debe atender a ciertos criterios de agrupación y en temas previamente determinados.

Del 2009 al 2012, se dan una serie de cambios en la estructura orgánica para atender de mejor manera las causas por acciones colectivas. Primero se creó el Departamento de Acciones de Grupo, dependiente de la Dirección de Procesos de la PROFECO para luego transitar a la Subprocuraduría Jurídica como la Dirección General Adjunta de Acciones de Grupo para ejercer las acciones colectivas.

Aparte de estos cambios estructurales, mediante los casos que se tramitaban por esta vía, se iban definiendo las características de las acciones colectivas. Al

²²⁷ *cfr.* Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2020 relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32020L1828>, consultada el 10 de febrero de 2021. Artículo 6.2: Los Estados miembros velarán por que, cuando la presunta infracción del Derecho de la Unión a que se refiere el artículo 2, apartado 1, afecte o pueda afectar a consumidores de distintos Estados miembros, la acción de representación pueda ser ejercitada ante el órgano jurisdiccional o autoridad administrativa competente de un Estado miembro por varias entidades habilitadas de distintos Estados miembros con el fin de proteger los intereses colectivos de consumidores de distintos Estados miembros.

²²⁸ *cfr.* Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), “Acción colectiva, tu derecho”, *Revista del consumidor*, núm. 488, 2017, pp. 18-21, en https://issuu.com/profeco/docs/edicio__n_nu__mero_488_octubre_2017/20, consultada el 8 de mayo de 2020.

mismo tiempo, se adiciona a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM)²²⁹ en el artículo 17 que refiere a la justicia, la figura de la acción colectiva, que se establece en el cuarto párrafo así:

El Congreso de la Unión expedirá las leyes que regulen las acciones colectivas. Tales leyes determinarán las materias de aplicación, los procedimientos judiciales y los mecanismos de reparación del daño. Los jueces federales conocerán de forma exclusiva sobre estos procedimientos y mecanismos.

La adhesión que se logra mediante el artículo 17 es descrito por Martha Izquierdo²³⁰ como el camino hacia el principio de la relatividad de las sentencias, que compete la materia a la entidad federal por implicar asuntos de carácter nacional, con esta nueva atención a los consumidores con intereses comunes, donde surge la categoría de los derechos difusos.

Seguidamente, se reforma el Libro V del Código Federal de Procedimientos Civiles (CFPC) en lo referente a las acciones colectivas. Se tiene como asidero material el artículo 578 del CFPC en lo tangente a “las relaciones de consumo de bienes o servicios, públicos o privados y medio ambiente”²³¹. La definición más cercana que podemos encontrar a la acción colectiva está presente en el artículo 579 del CFPC:

La acción colectiva es procedente para la tutela de las pretensiones cuya titularidad corresponda a una colectividad de personas, así como para el ejercicio de las pretensiones individuales cuya titularidad corresponda a los miembros de un grupo de personas.

Desde este enfoque, se desprende el objeto del litigio a nivel de las pretensiones de los sujetos, que podrá peticionar de manera individual o colectiva y en las circunstancias posteriormente descritas en el mismo cuerpo normativo. Martha Izquierdo²³², en su estudio, evalúa que los elementos esenciales de la acción

²²⁹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 5 de febrero de 1917, México. Última reforma publicada DOF, el 8 de mayo de 2020.

²³⁰ *cfr.* Izquierdo Muciño, Martha, “Acciones colectivas a favor de los consumidores”, *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, núm. 45, 2011.

²³¹ Código Federal de Procedimientos Civiles, Nuevo Código publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 24 de febrero de 1943. Última reforma publicada DOF, el 9 de abril 2012.

²³² *cfr.* Izquierdo Muciño, Martha Elba, “La defensa de los consumidores y las acciones colectivas en México”, *Revista de Derecho UNED*, núm. 11, 2012.

colectiva son: a) la existencia de un representante, b) la protección de un derecho de grupo, y c) el efecto de la cosa juzgada.

La representación de la colectividad se realiza mediante la legitimación que se concede a instituciones como asociaciones de consumidores, donde en la parte institucional se legitima además de PROFECO a otras dependencias como:

- La Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).
- La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).
- La Comisión Federal de Competencia (COFECO).

En el artículo 585 del CFPC se establecen cuatro supuestos de sujetos que tienen la legitimación activa para ejercer las acciones colectivas: el primero que fue previamente descrito; el segundo se encuentra en un representante común de la colectividad conformada por al menos treinta miembros; el tercero lo ostentan las asociaciones civiles sin fines de lucro que ya tengan como mínimo un año de existir y trabajar en las temáticas atinentes a los consumidores; y el cuarto facultado es el Procurador General de la República.

Las dependencias establecidas en el primer supuesto tienen sintonía con las materias de consumo, financiera, ambiental y de competencia económica. En el artículo 26 de la LFPC se establece la legitimación de la PROFECO, a su vez se hace la doble partida con el artículo 585 del CFPC. Esto acorde a la Tesis aislada I.4o.C.135C²³³: ACCIONES COLECTIVAS A FAVOR DE LOS CONSUMIDORES. LEGITIMACIÓN, COMPETENCIA Y OBJETO.

Con las acciones colectivas se tutelan dos tipos de derechos: I) Derechos e intereses difusos y colectivos, y II) Derechos e intereses individuales de incidencia colectiva. Según el artículo 580 del CFPC, la clasificación obedece a la naturaleza en cuanto a la posibilidad de fraccionamiento y el tipo de colectividad, se tiene como común denominador la colectividad de personas relacionadas por circunstancias de hecho o de derecho, comunes. En este sentido, el primero sobre los derechos

²³³ Tesis aislada, I.4o.C.135C, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 169985, Materia Civil, t. XXVII, abril de 2008, p. 2284.

difusos son de naturaleza indivisible, en donde la colectividad puede ser indeterminada o determinada, mientras tanto que el segundo, procedente de la suma de individualidades, tiene como características ser de naturaleza divisible y la facultad de poder determinar la colectividad.

Por otra parte, existen tres tipos de acciones colectivas, las que se conciben en el artículo 581 del CFPC:

- i. Acción difusa. Se presenta cuando la colectividad es indeterminada y la naturaleza de la acción es indivisible. Con este impulso se busca la reparación del daño (restitución de la cosa al estado previo a la afectación o sustitución por la afectación) ocasionado a la colectividad; adicionalmente, prescinde del vínculo jurídico entre la colectividad y el demandado, es decir, no es un elemento determinante.
- ii. Acción colectiva en *stricto sensu*. En este caso la colectividad es determinada o determinable en base a circunstancias comunes, por lo que la naturaleza de la acción es indivisible; de igual forma se busca la reparación del daño, en una conducta que puede consistir en hacer o no hacer ciertas acciones según el vínculo jurídico que se tenga con cada individuo.
- iii. Acción individual homogénea. Esta categoría es la única de naturaleza divisible y se ejerce por individuos que tienen elementos en común, quienes reclaman a un tercero el cumplimiento forzoso de un contrato o su rescisión.

Con base en las anteriores concepciones José Ovalle²³⁴, hace precisiones que amerita traerlo a colación. La acción difusa con una “colectividad indeterminada” subsume al demandado en un estado de indefensión, por lo que aclara que se debe interpretar como una colectividad de personas indeterminadas. También se decanta por enfatizar la necesidad de que no sólo se atienda el daño ocasionado, sino que debería ir más allá y contemplar una resolución que permita evitar un daño contingente.

A seguir con la acción colectiva en sentido amplio, nuevamente refiere a que la “colectividad determinada o determinable” es en lo relativo a las personas que la

²³⁴ *cfr.* Ovalle Favela, José, “Legitimación en las acciones colectivas”, *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, núm. 138, septiembre-diciembre, 2013.

integran. El otro aspecto que evalúa es el vínculo jurídico, el que considera tiene un carácter excesivo porque carece de la existencia del vínculo entre la colectividad como elemento vinculante para llevar a cabo la acción.

Finalmente, la acción individual homogénea, considera que de igual forma es muy restrictiva porque se fija en términos de la existencia de un contrato, aunque en el medio del consumo operan los contratos verbales que en algún momento implicará un reto la presentación de las pruebas.

En suma, las acciones colectivas representan un instrumento jurídico que puede facilitar el trámite de varias causas de manera simultánea, mismo que reduce los tiempos al tramitarse de manera colectiva y teniendo en común el hecho o circunstancia con el mismo proveedor de bienes o servicios, con la finalidad de obtener el resarcimiento económico ante un daño ocasionado. Como efecto se tiene que el resultado en la sentencia obligará al grupo como un todo. Por consiguiente, las acciones colectivas muestran una revolución en el sistema jurídico mexicano: de individualista a colectivo.

CAPÍTULO TERCERO

DERECHO INTERNACIONAL Y DERECHO COMPARADO REGIONAL EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Sumario: 3.1. Instrumentos normativos internacionales de protección a los consumidores. 3.1.1. Directrices para la protección de los consumidores. 3.1.2. Directrices OCDE, protección consumidores en prácticas transfronterizas, fraudulentas y engañosas. 3.2. Derecho Internacional. 3.2.1. Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). 3.3. Derecho comparado regional. 3.3.1. Foro de protección a favor de los consumidores de la Unión Europea. 3.3.1.1. Reglamento 593/2008 (Roma I), de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales. 3.3.1.2. Directiva 2009/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, del 23 de abril de 2009, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores. 3.3.1.3 Reglamento 1215/2012 (Bruselas I bis), de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil. 3.3.1.4. Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. 3.3.2. Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

3.1. Instrumentos normativos internacionales de protección a los consumidores

En el último par de décadas, la protección de los derechos de los consumidores en las arenas internacionales ha venido ganando terreno gracias al reconocimiento sobre la vulnerabilidad del consumidor en la contratación transnacional, y al posicionamiento en las agendas de trabajo de las agencias y organismos nacionales que articulados en red han potencializado sus esfuerzos para la cooperación, intercambio de experiencias de buenas prácticas, así como incidencia sobre las temáticas más apremiantes en los contextos actuales.

En cuanto a la protección de los derechos de consumidores a nivel internacional no existe una normativa de naturaleza vinculante para los Estados, en cambio, observamos la existencia de instrumentos normativos de derecho blando, derecho verde o conocidos con el vocablo en inglés *soft law*. Además de estas

terminologías, Carlos Cerda²³⁵ agrega otras que se estilan sobre *la temática*: prederecho, paraderecho y metaderecho; lo cierto es que la referencia más común es el derecho suave en antónimo correspondiente al derecho duro. Estos surgen por la horizontalidad existente entre los actores de la comunidad internacional, donde reina la koinonía de las voluntades, más que una jerarquización o centralización propia del derecho doméstico de los Estados.

Carlos Cerda²³⁶ advierte que cobra relevancia por ser una alternativa atractiva que agiliza alcanzar un acuerdo no obligatorio con un amplio nivel de detalle, goza de flexibilidad para su adaptación y no requiere pasar por un procedimiento de ratificación estatal para suscribirse al mismo, teniendo como efecto el poder ser invocado para formar parte del sistema de fuentes del derecho. La fase de ratificación compele una serie de recursos y tiempos para su gestación, razón por la que los Estados se decantan hacia normativas de naturaleza no vinculante, en flagrante reflejo de un desapego al formalismo legal, según ideas esbozadas por Juan Pulido²³⁷.

Comenzaremos con evocar el artículo 38 del Estatuto de la Corte Internacional de Justicia²³⁸ que determina las fuentes formales del derecho internacional, para lo cual encuentran las primeras tres como las principales, a saber: Tratados, costumbre y los principios generales del derecho, y las últimas,

²³⁵ *cfr.* Cerda Dueñas, Carlos, “La nota diplomática en el contexto del *soft law* y de las fuentes de derecho internacional”, *Revista de Derecho*, México, 2017, vol. 30, núm. 2, diciembre 2017, pp. 165-171.

²³⁶ *cfr. Ibidem*, pp. 159-179.

²³⁷ *cfr.* Pulido Riveros, Juan Camilo, “El *soft law* en el derecho privado: Sostén a la teoría de la nueva *Lex Mercatoria*”, *Revista de Derecho y Ciencias Sociales*, Bogotá, 2018, vol. 11, núm. 14, enero-junio, pp. 223-259.

²³⁸ Naciones Unidas, Estatuto de la Corte Internacional de Justicia, en <https://www.un.org/es/documents/icjstatute/chap2.htm>, consultada el 15 de marzo de 2021. Artículo 38: 1. La Corte, cuya función es decidir conforme al derecho internacional las controversias que le sean sometidas, deberá aplicar: a. las convenciones internacionales, sean generales o particulares, que establecen reglas expresamente reconocidas por los Estados litigantes; b. la costumbre internacional como prueba de una práctica generalmente aceptada como derecho; c. los principios generales de derecho reconocidos por las naciones civilizadas; d. las decisiones judiciales y las doctrinas de los publicistas de mayor competencia de las distintas naciones, como medio auxiliar para la determinación de las reglas de derecho, sin perjuicio de lo dispuesto en el Artículo 59. 2. La presente disposición no restringe la facultad de la Corte para decidir un litigio *ex aequo et bono*, si las partes así lo convinieren.

como medios auxiliares: las decisiones judiciales y la doctrina de expertos de renombre. Además, en el numeral siguiente se deja la opción de la solución del litigio por equidad. Ante esta visión formalista se ha visto en la práctica internacional, la aceptación de los llamados instrumentos de derecho suave que proceden de actores creadores del derecho internacional, donde destacan los organismos internacionales, seguidos en dependencia del caso, de los actos unilaterales de los Estados.

Leonel Perreznieto²³⁹ agrega a estas fuentes las conferencias diplomáticas y los congresos, por la relevancia del espacio que puede concluir en la aprobación y firma de convenciones y tratados internacionales. Es de notar, que estas conferencias diplomáticas bien inician como un mitin sobre algún tema en específico y se ha dado el caso en el que pueden llegar a convertirse en un organismo internacional, como fue la cuestión con las sesiones sobre el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GAAT, por sus siglas en inglés) que devino en la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Retornando a la perspectiva del derecho suave, para autores como Fabien Terpan²⁴⁰ existen dos características esenciales que marcan la pauta de comparación del derecho suave con el derecho duro: *obligation & enforcement*. La obligación claramente alude al contenido de la obligación, lo que es obligado hacer o se restringe a no hacer. Mientras tanto que la ejecución es el proceso por el cual se exige el cumplimiento de la ley, que incluye mecanismos coercitivos y de control judicial, así como del derecho sancionador. Ambos están presentes en el derecho duro, pero en las normas de derecho suave tienen cierta opacidad, porque se observa una ausencia de los mecanismos de ejecución y exigibilidad. Para Terpan,

²³⁹ *cfr.* Perreznieto Castro, Leonel, *Derecho Internacional Privado*, 10a. ed., México, Oxford University Press, 2015. Perreznieto destaca que en el ámbito del Derecho Internacional Privado son significativas las cuatro siguiente: La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI o, en inglés, UNICITRAL), la Conferencia Permanente de La Haya sobre Derecho Internacional Privado, el Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT) y la Conferencia Americana Especializada sobre Derecho Internacional Privado, pp. 37-38.

²⁴⁰ *cfr.* Terpan, Fabian, "Soft law in the European Union-The changing nature of EU Law", *European Law Journal*, 2015, vol. 21, núm. 1, enero 2015, pp. 68-96.

*“norms are considered soft in opposition to hard law when at least one of the two elements is not hard. If none of the two elements is present, in other words if there is no obligation and no enforcement at all, the norm does not resort to soft law but is mere politics”*²⁴¹. En la *praxis* internacional, en los instrumentos de derecho suave se presenta una obligación carente de un mecanismo de ejecución, que se reduce a disposiciones de buena voluntad, realizables en tanto no sean perniciosos a los intereses de los agentes económicos y Estados.

En otra perspectiva, los instrumentos de *soft law* con el devenir del tiempo pueden transitar de no vinculantes a vinculantes, producto de la relevancia e impacto de este, presentándose una escala de un tipo de derecho primitivo o incompleto hasta un instrumento de *hard law*. Además, las disposiciones de derecho suave pueden suplir como complemento a normativas de derecho duro.

A continuación, presentaremos una descripción de dos instrumentos internacionales, que desde nuestra consideración y foco de análisis en lo tangente al comercio electrónico son emblemáticos: a) Las directrices para la protección de los consumidores de la UNCTAD y b) Las Directrices OCDE protección consumidores en prácticas transfronterizas, fraudulentas y engañosas.

3.1.1. Directrices para la protección de los consumidores

Las directrices son un instrumento de *soft law* generado en el seno de Naciones Unidas, como una resolución de la Asamblea General²⁴². Su primera versión data de 1985, luego en 1999 tuvo la incorporación de la temática del consumo sostenible y en 2015 se integran un conjunto de principios guías. Para

²⁴¹ Ibidem, p. 74. Traducción con soporte de Google Traductor: Las normas se consideran blandas en oposición al derecho duro cuando al menos uno de los dos elementos no es estricto. Si ninguno de los dos elementos está presente, es decir, si no hay obligación ni cumplimiento alguno, la norma no recurre al *soft law* sino que es mera política.

²⁴² Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Directrices para la protección...*, *cit.*, p. 3. Transcripción: Las directrices fueron aprobadas por la Asamblea General en su resolución 39/248, de 16 de abril de 1985, ampliadas posteriormente por el Consejo Económico y Social en su resolución 1999/7, de 26 de julio de 1999, y revisadas y aprobadas por la Asamblea General en su resolución 70/186, de 22 de diciembre de 2015.

Arnau Izaguirre²⁴³, las directrices brindan protección al consumidor dentro de una órbita de mercado, además, explica cómo se conforma la formación de la voluntad de los Estados, iniciando con la legitimidad técnica representada en grupos de trabajo que construyeron el cuerpo de las directrices para después, con un documento acabado, gestar la legitimidad política en consecución de la adopción del instrumento, lo que se canaliza mediante el *lobby* diplomático.

El instrumento se divide en siete secciones que en su totalidad conforman 99 numerales, como es de usanza en Naciones Unidas al inclinarse por numerar los párrafos. A continuación, haremos un análisis sobre el contenido de cada sección:

I) Objetivos

Ubican en el centro de las directrices a los consumidores al considerar sus intereses y necesidades, en contraste con los retos y limitaciones del que son sujetos, reconociendo de manera intrínseca, que los consumidores tienen disímil capacidad económica que se relaciona con su nivel educativo y esto permea en la posibilidad de una reclamación efectiva a los proveedores de bienes y servicios. El instrumento se enlista en las normativas de derecho suave que retoman las ODS y otras acciones de la comunidad internacional encaminadas al desarrollo económico ideal y protección del medioambiente.

En el marco tutelar que auspicia las directrices determina ocho objetivos²⁴⁴ que se pueden explicar y agrupar así: 1) Mercado y consumidores, comprendiendo

²⁴³ *cfr.* Izaguirre, Arnau, “Conferencia Magistral: La protección internacional del consumidor: Directrices de Naciones Unidas”, *Centro de Estudios en Libre Competencia y BB*, 6 de junio de 2017, video, 1h34m34s, <https://www.youtube.com/watch?v=Dapp-SptOGU&list=PL1YNPBlqikeFEXJxCIIIWugk-gcxVGhGB>, consultada el 3 de abril de 2021.

²⁴⁴ *cfr.* Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Directrices para la protección...*, *cit.*, p. 5. Objetivos: a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores; b) Facilitar modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y los deseos de los consumidores; c) Alentar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta; d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que

la necesidad de los consumidores en la producción y distribución de bienes y servicios que se encuentren apegados a normas éticas y de calidad, además se refleje en un mercado competitivo que permite un costo-beneficio favorable para los contratantes consumidores, y en donde existan prácticas comerciales justas. 2) Agencia y consumidores, entendiendo la agencia no solamente como la institución sino como el poder de movilización que puedan expresar los consumidores para sumar esfuerzos en la defensa de sus derechos. 3) Cooperación internacional, como mecanismos de coordinación para los casos que escapan al control nacional. Y, 4) Consumo sostenible, como freno al flagelo de la contaminación ambiental.

II) Ámbito de aplicación

Está destinado a las transacciones entre empresas y consumidores, siendo las empresas de cualquier tipo, es decir, incluye las empresas estatales. Para la identificación del consumidor, se alude a la persona física como la forma más básica, no obstante, admite las diferentes connotaciones que puedan determinar los Estados. Esta característica ya la destacábamos en el capítulo primero, al expresar la connotación de la persona natural para el caso nicaragüense y la persona humana para el caso argentino.

III) Principios generales

Primero conciben un marco general de actuación que obedezca al contexto nacional de cada país, por lo que se determinaran las prioridades pertinentes según las condiciones socioeconómicas y ambientales en los territorios nacionales.

Es novedosa la terminología de las “necesidades legítimas” como la esfera en la que se circunscriben los principios generales, que están de la mano con los

perjudiquen a los consumidores; e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor; f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección del consumidor; g) Promover el establecimiento de condiciones de mercado que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos; h) Promover un consumo sostenible.

objetivos. Acaece, que no se conciben como derechos, es más, en todo el instrumento sólo en cuatro momentos se refieren a los derechos cuando se alude de manera general a los términos de la contratación.

Estas necesidades legítimas²⁴⁵ tipifican a los consumidores como vulnerables y en situación de desventaja, por lo que alientan iniciativas que promuevan: el acceso a los bienes y servicios; la protección de los intereses económicos ante riesgos para la salud y seguridad; el binomio de Educación-información para la compra consciente; mecanismos de resolución de controversia y compensación, movimientos colectivos para la protección de los derechos de los consumidores y frente al desarrollo tecnológico, para el comercio electrónico y protección de datos personales (privacidad).

El consumo sostenible tiene una particularidad con la introducción del “principio de responsabilidad común pero diferenciada”, del cual consideramos que los países que tienden a generar más contaminación por las fábricas presentes en sus territorios usualmente son países de la periferia del sistema económico mundial, quienes se encuentran a la merced de los países desarrollados. Las sedes de las grandes empresas transnacionales se encuentran en los países desarrollados y éstos han trasladado sus operaciones a países con costos más bajos, ello ha tenido como resultado la conversión en países que generan mayores emisiones de carbono pero que no tienen la estructura económica-ambiental para atender con la cobertura suficiente dicha problemática.

²⁴⁵ *cfr. Ibidem*, p. 6-7. Necesidades legítimas: a) El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales; b) La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja; c) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad; d) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores; e) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual; f) La educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones; g) La disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación; h) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten; i) La promoción de modalidades de consumo sostenible; j) Un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio; k) La protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial.

Carlos Cerda²⁴⁶ aborda respecto al principio, que la discusión de este en la platea de la comunidad internacional ha sido muy polémica, porque países como Estados Unidos no quieren verse expuestos a reclamaciones legales en los términos de la responsabilidad común que implica en gran medida a los países desarrollados. La naturaleza diferenciadora del principio obedece a las diferentes circunstancias domésticas, pero también concibe una correlación estrecha entre la producción y el consumo, donde los países desarrollados suelen ser los representantes del consumismo por antonomasia. En fin, para el autor el principio representa una técnica legal para balancear las obligaciones en un techo de repercusión con sentido global.

IV) Principios para unas buenas prácticas comerciales

Son aquellos estándares en las relaciones comerciales en línea y fuera de línea con los consumidores, a saber: a) Trato justo y equitativo, b) Conducta comercial, c) Divulgación y transparencia, d) Educación y sensibilización, e) Protección de la privacidad, y f) Controversias y reclamaciones de los consumidores.

Los principios incorporan la nueva tendencia con el comercio electrónico, razón que lo vincula con la protección de datos en los entornos digitales. Es curioso cómo se redactan estos parámetros, enfocados en el deber de la empresa para con ellos; entendiéndose que en manos de las empresas está el génesis de las buenas prácticas comerciales. Es oportuno traer a colación la postura analítica de Francisco Feo²⁴⁷ sobre las directrices, al señalar que: “siguen siendo objetivos a perfeccionar en los países más desarrollados y a implantar en los más atrasados para lograr el bienestar de sus ciudadanos, objetivo final de toda política de protección de los consumidores”. De lo anterior se desprende, que existe una curva de aprendizaje

²⁴⁶ *cf.* Cerda Dueñas, Carlos, “El principio de responsabilidades comunes pero diferenciadas”, *Revista Tribuna Internacional*, México, vol. 5, núm. 10, 2016.

²⁴⁷ Feo Parrondo, Francisco, *op. cit.*, p. 163.

con el desarrollo normativo del instrumento, lo que se irá perfeccionando en la triada Estado, mercado-empresas y consumidores.

V) Directrices

Las directrices se componen de diferentes lineamientos articulados al mercado, por lo que destina como objeto “los bienes y servicios producidos en el país como los importados”²⁴⁸, al mismo tiempo que prevé la alerta de no ocasionar barreras para el comercio internacional. Encontramos las siguientes directrices:

- a) Políticas nacionales para la protección del consumidor a cargo de los Estados, que garanticen en todas las etapas de la contratación buenas prácticas comerciales, que incluyan, entre otras, la información suficiente, procesos, mecanismos justos, seguros y eficientes.
- b) Seguridad física, procede de la inocuidad que debe operar en toda la cadena de valor del producto que integre la relación con intermediarios y/o distribuidores, permita un doble *check* de control de calidad, y un reportaje para el retiro del producto en caso de romper la barrera de la inocuidad.
- c) Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores, tiene como fin obtener el máximo beneficio acorde a los recursos económicos de los consumidores para lo cual una de las medidas clave es el fomento de la competencia leal y efectiva. A este propósito, es conocida la relación que existe entre la protección de los derechos de los consumidores y la competencia o libre concurrencia económica, todo ello en la pronóstica reversión del mayor bienestar.
- d) Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo, deben existir o formularse, pero no quedar hasta ahí, sino que monitorear su cumplimiento y equipar el nivel de cobertura con los estándares internacionales, lo que requiere un proceso de adaptación y mejora.

²⁴⁸ Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Directrices para la protección...*, cit., p. 9.

- e) Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales, tienen una especial atención al consumidor de zonas rurales, donde el Estado deberá garantizar el sistema de conexión de la urbe o principales centros de producción para el abastecimiento en las áreas rurales.
- f) Solución de controversias y compensación, que se puede llevar tanto en sede administrativa-judicial como por la vía alternativa de solución de controversias, y que contemple los casos transfronterizos. El establecimiento de estos mecanismos se espera sean promovidos por los Estados y las empresas, cada uno desde su campo de acción.
- g) Programas de educación e información, tiene diferentes aristas que persiguen como fin las elecciones fundadas y conscientes que tome el consumidor producto de la información necesaria en la adquisición de los productos y servicios. Para ello, se alienta la formación desde los diferentes ciclos generacionales, iniciando por el plan de estudios en la educación básica; atención a grupos excluidos y con limitaciones: como los iletrados y consumidores rurales; y la educación que pueden brindar las empresas en sus campañas comerciales, etiquetados y otros.
- h) Promoción del consumo sostenible que compete a todos y para lo cual se aspira a que las modalidades de producción y consumo sean sostenibles desde el punto de vista económico, social y ambiental. Además, se maneje una tendencia hacia la acción sin daño medioambiental.
- i) Comercio electrónico, la piedra angular en la sociedad digital para transar en el espacio virtual es la “confianza”, por ello se alientan las políticas estatales que fomenten la seguridad para contratar en línea.
- j) Servicios financieros que protejan los activos de los consumidores, entre otras acciones, mediante la inclusión y educación financiera, y acceso y utilización de servicios financieros.
- k) Medidas relativas a ámbitos específicos, a saber, alimentos, agua, productos farmacéuticos, energías, servicios públicos y turismo. Los ámbitos que aspiren a la seguridad alimentaria y nutricional, uso sostenible del agua, calidad y uso adecuado de los productos farmacéuticos, energía no contaminante y

asequible, acceso universal a los servicios públicos y facilidades para el turismo interno y transfronterizo.

VI) Cooperación internacional

Aunque está descrita para el ámbito internacional, prioriza la articulación que se puede gestar en un contexto regional o subregional. Su marco de actuación está orientado en los “mecanismos para el intercambio de información relativa a políticas y medidas nacionales en la esfera de la protección del consumidor”²⁴⁹. Dicho intercambio sigue un esquema de referencia y contrarreferencia entre las distintas agencias e instituciones rectoras en la protección de los derechos de los consumidores, para la cual mencionaremos acciones destacables y con alto impacto en los consumidores: coordinación y cooperación para la conservación de una misma calidad en los productos procedentes de diferentes países de comercialización, información en el control sobre productos retirados, adquisición conjunta de productos que abarate los costos y beneficie a la población de las diferentes latitudes, y por último, pero no menos relevante, la transferencia de capacidades y tecnologías ambientales racionales.

Es significativa la importancia que revisten los alcances de la cooperación internacional en los campos antes expresados, los que se encuentran de manera indicativa como un mínimo accionar, pero que podrán superarse en la medida en que los Estados aporten nuevas iniciativas, así como buenas prácticas.

VII) Mecanismo institucional internacional

Determina la fórmula en que operará el grupo intergubernamental de expertos en derecho y política de protección del consumidor, que sesionarán en la UNCTAD bajo la Junta de Comercio y Desarrollo. Así como las funciones del grupo, que giran sobre la esfera de la gestión de conocimiento y asistencia técnica, limitándose a emitir opiniones sobre casos que incluyan actividades y conductas de

²⁴⁹ *Ibidem*, p. 24.

los Estados, así como de una controversia empresarial, procurando siempre la confidencialidad. Podríamos decir que la gestión de conocimiento acorde a las directrices es su mayor acervo de trabajo, para lo cual realizarán exámenes periódicos de las directrices, exámenes voluntarios entre homólogos, estudios, investigaciones, consultas multilaterales, debates e intercambios entre los Estados miembros. Bajo este mandato, en el consenso del grupo establecerán sus propios procesos y estrategias de trabajo.

Para Francisco Feo²⁵⁰, las directrices de protección de los consumidores conservan pretensiones de fortalecimiento en los países desarrollados, e implementación en mayor escala para los países en desarrollo o subdesarrollados. Esto se acrecienta y provoca un estancamiento hacia los fines de las directrices por el innegable favor que se concede a las empresas sobre los consumidores. No obstante, son evidentes los aspectos positivos de las directrices y que de una u otra manera se han integrado en el ordenamiento nacional de los Estados.

Con más de treinta y cinco años desde los primeros esbozos del cuerpo normativo de las directrices, pareciera encontrarse a la mitad de su camino y eso se debe en parte, al dinamismo y los cambios vertiginosos procedentes de la globalización tecnológica. El instrumento responde a la ola de los años setenta que enarbolaba el libre mercado y que, en este cambio de modelo económico, regiones de avanzada como la norteamericana y la europea ya manifestaban acciones hacia la protección del mercado interior y el fomento del libre comercio, lo que, a su vez, de manera insoslayable, requería el posicionamiento del consumidor en dicho plano.

Consideramos que las directrices constituyen un cuerpo robusto y de avanzada, que aborda diversos temas contemporáneos. Además, ubica en el centro del análisis a los consumidores y los conecta desde la relación del consumo con diferentes sectores, derechos y protecciones conexas. Como un instrumento internacional resalta la cooperación interinstitucional o interestatal. Por otra parte, plantea buenas prácticas comerciales, de manera que no sólo sea un instrumento de uso gubernamental, sino extensivo y plenamente aplicable o factible de

²⁵⁰ *cfr.* Feo Parrondo, Francisco, *op. cit.*, pp. 162-163.

integración por el sector privado. Es decir, las directrices desarrollan un universo de aspectos que deben garantizar los Estados a través de sus órganos rectores, y del que las empresas también deben sumarse.

3.1.2. Directrices OCDE, protección consumidores en prácticas transfronterizas, fraudulentas y engañosas

Las directrices datan del año 2003, pretenden dirigir la protección de los consumidores en el ámbito del comercio transfronterizo. En el capítulo primero se hizo referencia al comercio, que puede tener diferentes modalidades y canales para su concreción, siendo uno de ellos, el transfronterizo. El Diccionario de Cambridge²⁵¹ define “cross-border”, como aquél llevado a cabo “*between different countries, or involving people or businesses from different countries*”. Esta concepción amplía el abanico de opciones por la que se puede contratar un bien o servicio, ya sea a título personal o empresarial procedente de diferentes jurisdicciones territoriales.

El instrumento se secciona en un prefacio y siete apartados, que en su conjunto integran el rol de las agencias a nivel territorial y en coordinación con otras a nivel transnacional para rastrear las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas (PCFE), por lo que la cooperación internacional del órgano público es el eje toral, situación que no excluye el sector privado, por el contrario, se suma al ecosistema protector y preventivo ante dichas prácticas. En el análisis que esbozaremos del material se denotará el cuello de botella que permea todo el asunto de la preservación de la evidencia en la virtualidad.

En este contexto, incoamos la observación sobre la contratación electrónica que hace más de dos décadas reveló Reinhard Schu²⁵² “*the application of current*

²⁵¹ Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cross-border?q=cross-border+>, consultada el 5 de abril de 2021. Traducción propia: entre diferentes países, o que involucre personas o negocios de diferentes países.

²⁵² Schu, Reinhard, “The applicable law to consumer contracts made over the internet: Consumer protection through private international law”, *International Journal of Law and Information Technology*, vol. 5, núm. 2, 1997, p. 225. Traducción con soporte Google

concepts of private international law on Internet contracts causes difficulties, such as fortuitous locations of connecting factors. This is partly caused by the fact that the Internet works on the basis of logical rather than not geographical locations and that consequently neither the parties nor the performance of the contract are easy to locate.” Definitivamente se complejiza la relación de consumo, al no poder rastrear geográficamente a las partes, esto nos empuja a realizar un cambio de chip en la forma legal de proteger a los consumidores, y una de las claves de bóveda es la cooperación transfronteriza para procurar el mayor control de operaciones comerciales con carácter fraudulento y/o engañoso.

Seguidamente revisaremos los apartados del instrumento, iniciando con el Prefacio, que hace referencia al fenómeno del comercio transfronterizo a la luz de la dispersión de transacciones u operaciones que ocurren desde diferentes lugares y territorios, lo que dificulta la trazabilidad para conocer los focos de origen del proveedor que incurre en prácticas de este tipo. A esto se suman, las estructuras móviles convenientes para desplazarse en caso de un seguimiento por agencia o institución investigadora.

I) Alcances y definiciones

Nuevamente se afirma como marco orientador la promoción de la cooperación internacional como la medida estratégica contra las PCFE. En este epígrafe se encuentran tres definiciones: La primera, PCFE son “aquellas prácticas que causan daño a los consumidores, o que plantean una amenaza inminente de tal daño si no se previenen”²⁵³, el daño se encuentra en relación con los intereses de los consumidores y sus derechos. Las otras abordan dos tipos de agencia,

Traductor: La aplicación de los conceptos actuales del derecho internacional privado en los contratos de internet generan dificultades, como la ubicación fortuita de los factores de conexión. Esto se debe en parte al hecho de que el internet funciona sobre la base de ubicaciones lógicas en lugar de geográficas y, en consecuencia, ni las partes ni la ejecución del contrato son fáciles de localizar.

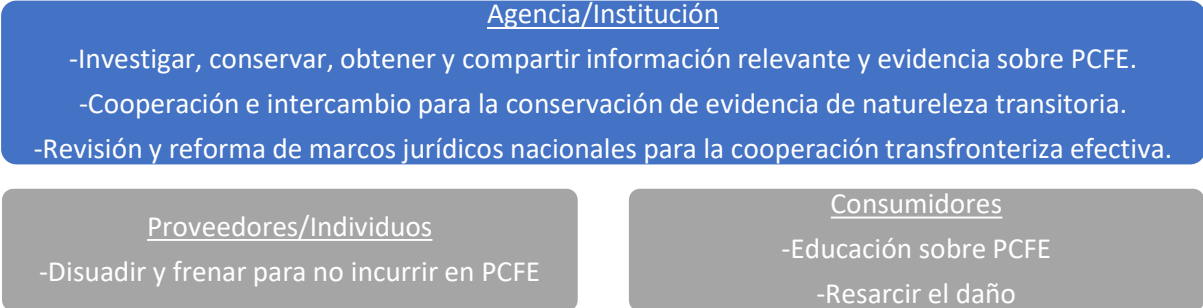
²⁵³ Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, Directrices de la OCDE para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas Fraudulentas y engañosas, en <https://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>, consultada el 2 de abril de 2021.

acorde a la función que despliegan, que está entre la formulación de política de protección al consumidor y la vigilancia al cumplimiento de la ley de protección al consumidor.

En el caso mexicano, la Secretaría de Economía es la encargada de determinar la política de protección del consumidor²⁵⁴ y la Procuraduría Federal del Consumidor es la que cuenta con la atribución para vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la ley de la materia²⁵⁵. Puede existir el caso en donde un mismo ente realice las dos actividades.

II) Marcos nacionales para el combate transfronterizo de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas

Los marcos nacionales contemplan el ordenamiento legal, prácticas e iniciativas que coadyuven en la lucha contra las PCFE, y que a su vez incluyan medidas y mecanismos efectivos de actuación, hacia cada sujeto se tienen las siguientes pretensiones:



*Esquema de elaboración propia en base al contenido de las directrices.

²⁵⁴ Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de diciembre de 1992, México. Última reforma publicada DOF, el 12 de abril de 2019. 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.

²⁵⁵ *Ibidem*. Artículo 24: XIV. Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta ley y, en el ámbito de su competencia...

Las PCFE que pueden causar daño o amenazan los intereses de los consumidores tienen que ver con el ciberdelito, que producto de la boga tecnológica se han desplegado con gran magnitud, máxime porque el uso de los dispositivos móviles (celulares inteligentes), son hoy en día la constante en la vida, una persona no concibe movilizarse sin dejar de estar “conectado”. Sumado a esto, el confinamiento acontecido por la pandemia permitió que se diera un rápido salto en la transformación digital de las empresas proveedoras y de las formas en que el consumidor interactúa en la adquisición de productos y servicios por medio del equipo móvil.

Jimena Morelos *et al.*²⁵⁶ manifiestan en un estudio que realizan sobre la ciberseguridad, que el costo del cibercrimen oscila entre los U\$15,000 y U\$30,000 millones de dólares en América Latina, un costo bastante alto para una economía en vías de desarrollo. El delito se lleva a cabo en el ciberespacio donde no existen fronteras, es posible el anonimato, entre otras características que son ambiente propicio para esta problemática; ante este panorama Morelos incita la necesidad de trabajar en esta situación desde una perspectiva interdisciplinaria y en el marco de una sólida estrategia de seguridad cibernética.

III) Principios para la cooperación internacional

La cooperación debe seguir unas normas básicas de funcionamiento entre ellas, es aceptable la negación de cooperar a una investigación o procedimiento particular sí “es inconsistente con sus leyes, intereses o prioridades o por restricciones de recursos o por la ausencia de un interés mutuo en la investigación o procedimiento en cuestión”²⁵⁷. Al respecto consideramos que la negativa debe sopesarse a la luz de todos estos aspectos y sustentarse desde la soberanía

²⁵⁶ *cf.* Moreno González, Jimena *et al.*, “Ciberseguridad: estado de la cuestión en América Latina”, *Revista de Administración Pública*, vol. 54, núm. 148, 2019.

²⁵⁷ Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, Directrices de la OCDE para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas Fraudulentas y engañosas, en <https://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>, consultada el 2 de abril de 2021.

nacional, pero sin descubrir la posibilidad de un mayor bienestar, en cuanto a la facilidad con que las prácticas transfronterizas cruzan el territorio.

Por otra parte, las investigaciones deben ser coordinadas para un mejor desarrollo, pueden contar con un liderazgo de acuerdo con el tipo de caso y presencia territorial y operar en redes internacionales existentes u otras análogas.

IV) Notificación, intercambio de información, asistencia en investigaciones y confidencialidad

Este apartado establece las maneras ideales para implementar estos procesos. La notificación sobre investigaciones debe proceder de manera expedita, sistemática y eficiente para avocar los esfuerzos de las agencias en un mismo sentido, lo que redunde en la gestión de la información de manera oportuna. El intercambio de información debe ser por métodos rápidos y eficientes, pudiendo operacionalizarse en línea donde tengan acceso las diferentes agencias, quienes puedan suministrar información, al mismo tiempo que se alleguen de ella. Para la asistencia en las investigaciones, las agencias trabajarán conjuntamente tanto para recabar información, como para proveer ayuda en las acciones e investigaciones emprendidas por una agencia homóloga extranjera. A la misma vez, la información que se comparta debe manejarse de manera confidencial porque involucra a personas o negocios de diferentes territorios.

V) Autoridad de las agencias encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes de protección al consumidor

Es un requisito mínimo para garantizar el actuar de las agencias que llevan a cabo el cumplimiento de normativas para la tutela de los consumidores, poseer la autoridad suficiente para investigar y accionar dentro de su propio territorio, en dos sentidos: en contra de aquellos proveedores nacionales que efectúan PCFE contra consumidores extranjeros y en contra de aquellos proveedores extranjeros que efectúan PCFE contra sus propios consumidores.

Lo relevante de estas situaciones es que indistintamente pueden operar en territorio nacional o extranjero, y pueden ser proveedores o individuos que se identifican como un nacional o extranjero, lo que torna tan complejo todo el entramado para las prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas.

VI) Resarcimiento al consumidor

Ante la existencia de un daño al consumidor, la respuesta esperada es el resarcimiento o compensación (*redress*) que debe llevarse por vías legítimas. Para ello las agencias encargadas brindan el acompañamiento en las reclamaciones, verbigracia, PROFECO en México puede acompañar en las acciones colectivas.

Un aspecto relevante que aborda las directrices se asocia con la congelación oportuna de activos, todo esto mediante la articulación de las agencias para atrapar a los proveedores que se encuentran localizados en otro país.

VII) Cooperación con el sector privado

Es más que claro la existencia de cooperación entre las agencias u organizaciones de protección de consumidores, a este grupo se suman los proveedores y sector privado, quienes pueden aportar información sustancial para rastrear las PCTE, al tener el contacto con uno de estos sujetos durante sus transacciones, un ejemplo evidente, está presente en las instituciones financieras y los órganos que regulan las comunicaciones digitales.

Como corolario del estudio de las directrices PCTE resaltamos que es claro el foco de protección a los consumidores en el contexto del comercio transfronterizo, siendo clave, nuevamente, la cooperación internacional. Percibimos en las directivas una especie de acuerdo de cooperación destinado con especialidad a la labor estatal. En este sentido, consideramos que tiene vigencia desde su promulgación en 2003, no obstante, ameritaría una actualización a la luz de las transformaciones digitales y desde un enfoque interdisciplinar.

La sección revisada sobre los instrumentos normativos internacionales de protección a los consumidores ofrece una propuesta no vinculante que puede complementar las iniciativas domésticas de derecho duro para la protección de los derechos de los consumidores. Al mismo tiempo que resalta conceptos de repercusión extraterritorial con tino jurídico para las relaciones de consumo a nivel global.

3.2. Derecho Internacional

En el marco del derecho internacional, los Estados se vinculan por medio de tratados en diferentes materias, una de ellas es a través de los acuerdos comerciales. El Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá constituye un acuerdo comercial hacia aspiraciones como la del crecimiento económico, asimismo presenta prácticas novedosas para el tratamiento transfronterizo que tienden a destacar en un mundo globalizado y que tiene una cercanía con los consumidores.

Para Catharine Titi²⁵⁸, los acuerdos comerciales, de inversión y/o libre comercio reflejan los cambios políticos y las lecciones aprendidas en los acuerdos de esta naturaleza, además tienen como punta de lanza el apego a los estándares mínimos de la costumbre internacional de los tratados, por lo que existe un marco común dispositivo *inter partes*. Acorde a esta línea de pensamiento, veremos que destacan los principios del trato nacional y la nación más favorecida, como una constante en los tratados.

En esta dinámica de revisión haremos referencia a los tópicos concernientes a los consumidores, es decir, todo lo vinculado al comercio, mercado y como otro común denominador, el medioambiente.

²⁵⁸ *cfr.* Titi, Catharine, *The evolution of substantive investment protections in recent trade and investment treaties*, Ginebra, RTA Exchange, International Centre for Trade and Sustainable Development and the Inter-American Development Bank, 2018.

3.2.1. Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá

Los tratados que se han suscrito entre los países de la escalada norte: México, Estados Unidos y Canadá, representan una singularidad comercial, por la relación económica estratégica y la cosmovisión única de estos tres Estados. En el devenir del acuerdo comercial, se cuenta con dos tratados, dado que este proyecto de escala mayor debe tener un tiempo de vigencia y renovación según los cambios económicos y políticos. Adicionalmente, ahora tendríamos que agregar en el campo social, los cambios de salud pública, es decir aquellas implicaciones que puede generar una crisis sanitaria en el desarrollo ideal de los acuerdos establecidos en el tratado.

Consecuentemente, revisaremos el Tratado de libre comercio de América del Norte (TLCAN) que se firmó el 17 de diciembre de 1992 y entró en vigor el 1º de enero de 1994, y su sucesor, el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), firmado el 30 de noviembre de 2018 y con vigor a partir del 1º de julio de 2020.

TLCAN está conformado por veintidós capítulos, alberga en el preámbulo la procura por un mercado amplio y seguro que opere con reglas claras y una relación comercial de ganar-ganar, que además se encuadre con la protección y conservación del medioambiente. Esto último lo observamos en disposiciones como la incluida en el artículo 1114 que hace referencia al escenario en que se espera opere una inversión, que, entre otras cosas, debe apegarse a las medidas internas relativas al medioambiente. Por ende, se aboga por mantener las medidas *per se*, y no recurrir al relajamiento o disminución de estas por el atractivo de la inversión.

Entre los objetivos del tratado, interesa traer a colación el número “b. promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio”²⁵⁹, porque la libre competencia en condiciones deseables permite la existencia de mayor oferta de productos para los consumidores con significativa diferenciación en los

²⁵⁹ Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en http://www.sice.oas.org/Trade/nafta_s/CAP01.asp#A102, consultada el 7 de mayo de 2021.

productos, a saber, calidad y precio, lo que propicia el aprovechamiento eficiente de los recursos económicos del consumidor. Avishalom Tor²⁶⁰ advierte que la decisión racional del consumidor depende de la naturaleza de la competencia en el mercado, destacando inclusive que existe una heterogeneidad en dicha racionalidad, por lo que un mercado surtido con diversos competidores podrá ofrecer diferentes alternativas para coadyuvar en la formación de la elección de los consumidores.

Otra sección que aborda el tratado versa sobre la política en materia de competencia y monopolios. Según el artículo 1501, las partes deben promover la competencia en las zonas de libre comercio, por lo que prohíben todas aquellas prácticas contrarias. Ahora bien, en el artículo 1502 se acepta la designación de un monopolio, siempre y cuando opere en un formato que no cause una distorsión en el mercado, es decir, no presente ventajas abismales en comparación con los otros competidores; por lo que se insta a las partes al control y supervisión administrativa o de índole análoga. Los monopolios designados se obligan a un comportamiento que responda al libre mercado en manos de inversionistas nacionales e internacionales, estos últimos, procedentes de los Estados parte. Además, los monopolios deberán ceñirse a las obligaciones derivadas del tratado.

Según se comentó, el TLCAN aborda tímidamente y con poco desarrollo el tópico explícito para la protección de los consumidores, más que todo se ve reflejado en la protección medio ambiental y la política de competencia, que surge como el modo aceptable en que pueden operar las inversiones procedentes de capitales con origen en los distintos Estados parte.

Para el estudio del T-MEC nos enfocaremos en los temas relacionados con los consumidores: inversión, comercio digital, política de competencia, monopolio designado y medioambiente. El T-MEC está conformado por treinta y cuatro capítulos, conllevando una adición significativa al acuerdo actualizado.

Iniciando observamos en el preámbulo la renovación del acuerdo comercial en términos modernos y con dinámicas económicas que giran sobre los mercados

²⁶⁰ *cf.* Tor, Avishalom, “Justifying competition law in the face of consumers’ bounded rationality”, en Mathis, Klaus y Tor, Avishalom (eds.), *New developments in competition law and economics*, Suiza, Springer, 2019.

globales en condiciones de competencia justa. Inclusive se expresa la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) también conocido como la Agenda 2030, la igualdad de género, inclusión de la juventud, entre otros aspectos no contenidos en el tratado predecesor.

Del Preámbulo²⁶¹ extraemos los siguientes párrafos porque consideramos que, tanto en sentido amplio como específico del contenido expreso, refleja mayor correlación con la condición de los consumidores:

ESTABLECER un marco legal y comercial claro, transparente y predecible para la planificación de negocios que apoye una mayor expansión del comercio y la inversión;

RECONOCER sus derechos inherentes para regular y su determinación a preservar la flexibilidad de las Partes para establecer prioridades legislativas y regulatorias, y proteger objetivos legítimos de bienestar público, tales como la salud pública, la seguridad, la protección del medio ambiente, la conservación de los recursos naturales no renovables vivos o no vivos, la integridad y estabilidad del sistema financiero y la moral pública, de conformidad con los derechos y obligaciones dispuestos en este Tratado;

FACILITAR el comercio de mercancías y servicios entre las Partes mediante la prevención, identificación y eliminación de obstáculos técnicos innecesarios al comercio, el mejoramiento de la transparencia y la promoción de buenas prácticas regulatorias;

PROMOVER altos niveles de protección al medio ambiente, incluso mediante la aplicación efectiva por cada una de las Partes de sus leyes ambientales, así como a través del mejoramiento en la cooperación ambiental, y fomentando los objetivos de desarrollo sostenible, incluso mediante políticas y prácticas comerciales y ambientales que se apoyen mutuamente;

Nos referimos al sentido amplio porque tan sólo el comercio es un vasto campo de análisis, integrando todo su marco estructural mediante el ordenamiento jurídico y entramado institucional. Si bien es un direccionamiento, no por ello descuida la protección del bienestar público, a nuestro entender, el comercio debe ser el medio para el fin macro hacia un mayor bienestar nacional y del bloque regional. Así que, el comercio es clave de bóveda para su consecución, debiendo operar con buenas prácticas comerciales. Desde otra óptica, el comercio genera crecimiento económico que debería estar en consonancia con el desarrollo

²⁶¹ Tratado entre Estados Unidos México, Estados Unidos de América y Canadá, en <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/00ESPPreambulo.pdf>, consultada el 7 de mayo de 2021.

económico hacia la erradicación de la pobreza y mejora en las condiciones de vida de las poblaciones consumidoras.

Catherine Titi²⁶² señala que existe previsión sobre la política pública estatal al armonizar en diferentes puntos de los tratados la protección al medioambiente, con el cual se desaprueba la disminución o relajamiento de las medidas de protección medioambientales o relacionadas, en aras de la inversión, esto como medida de salvaguarda para prevenir el abuso que se pueda dar. En general, los acuerdos tienden hacia la liberalización del mercado, pero se limitan al interés público.

En el Capítulo 14 sobre la inversión, se aborda en el artículo 14.16 lo relativo a las acciones de inversión sensibles con el ambiente, salud, seguridad u otros objetivos. Esto quiere decir que la inversión no puede desatenderse de tales objetivos públicos porque interviene de manera directa en las sociedades de los territorios extranjeros.

Uno de los contenidos más reveladores ha sido el del comercio digital, cuando se refiere a la protección al consumidor en línea (artículo 19.7)²⁶³, mediante la puesta en práctica de medidas y leyes instadas por las partes para respaldar al consumidor en sus transacciones electrónicas. En el contenido se observa una narrativa similar a la que se maneja en el instrumento de la OCDE, las Directrices

²⁶² *cf.* Titi, Catharine, *op. cit.*, pp. 1-4.

²⁶³ Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Comercio Digital, en <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/19ESPComercioDigital.pdf>, consultada el 7 de mayo de 2021. Artículo 19.7: Protección al consumidor en línea: 1. Las Partes reconocen la importancia de adoptar y mantener medidas transparentes y efectivas para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas o engañosas como las referidas en el Artículo 21.4.2 (Protección al Consumidor) cuando participan en el comercio digital. 2. Cada Parte adoptará o mantendrá leyes de protección al consumidor para prohibir prácticas comerciales fraudulentas y engañosas que causen daño o un potencial daño a los consumidores que participan en actividades comerciales en línea. 3. Las Partes reconocen la importancia de, y el interés público en, la cooperación entre sus respectivas agencias de protección al consumidor u otros organismos nacionales pertinentes en las actividades relacionadas con el comercio digital transfronterizo, con el fin de mejorar el bienestar del consumidor. Con este fin, las Partes afirman que la cooperación conforme a los párrafos 21.4.3 al 21.4.5 (Protección al Consumidor) incluye la cooperación respecto de las actividades comerciales en línea.

para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas, mismo que ya fue analizado con anterioridad.

Manifiestan Dan Ciuriak y Maria Ptashkina²⁶⁴ con relación a la transformación digital generada por el comercio en línea, que se debe dar un salto en la regulación, ya que no se puede normar con las mismas reglas de la contratación física, por ello se requiere pujar por una gobernanza digital, que hasta ahora se ha ceñido al tema de la privacidad y seguridad de la información, más que a lo asociado con el mercado *per se*. Adicional, existe la intención de los Estados por capturar las rentas internacionales procedentes del flujo de la información (*data flow*) transfronteriza de las empresas tecnológicas o con una producción en el mundo de lo intangible.

Por su parte, Hans Micklitz²⁶⁵ encuentra en la economía digital que el principal problema radica en la desterritorialización de la relación legal que rebota en la posibilidad de la reparación legal. El autor menciona la tendencia de los *policy-makers*, al atribuir en la responsabilidad del consumidor, el conocimiento o nivel de información que debe dominar sobre el contenido del contrato y que, por ello, recae en sí mismo, la responsabilidad de hacer valer sus derechos sea a nivel doméstico o fuera de sus fronteras.

Ante este panorama, somos de la opinión que el accionar tutelar no compete únicamente al sujeto consumidor, quien es considerado como el débil jurídico y vulnerable de la relación, definitivamente tiene que alcanzar un perfil o dominio práctico de los efectos y resultados que conllevan sus decisiones de contratación, pero también debe aunarse a las políticas y leyes de protección de los consumidores de los Estados, y el reflejo en la práctica de las instituciones y organismos que son los catalizadores de los intereses y derechos de los consumidores.

Parecido al TLCAN, el T-MEC concibe en el Capítulo 21, la política de competencia, estableciendo como punto medular para lograr la eficiencia económica y bienestar del consumidor. Por ello, instituye en el artículo 21.4, la

²⁶⁴ *cfr.* Ciuriak, Dan y Ptashkina, Maria, *The digital transformation and the transformation of international trade*, Ginebra, RTA Exchange, International Centre for Trade and Sustainable Development and the Inter-American Development Bank, 2018.

²⁶⁵ *cfr.* Micklitz, Hans W., "Consumer law in the digital economy", en Kono, Toshiyuki *et al.* (eds.), *Transnational commercial and consumer law, Current trends in international business law*, Singapur, Springer, 2018.

protección al consumidor, mediante la formulación de políticas y leyes nacionales que prohíban y desalienten actividades comerciales fraudulentas y engañosas, y, por otra parte, trabajando por medio de la cooperación entre las instancias de las partes para el intercambio de información y coordinación conjunta.

En el Capítulo 22 se desarrolla el contenido del monopolio designado, definido como “un monopolio de propiedad privada que se designa después de la fecha de entrada en vigor de este Tratado y un monopolio gubernamental que una Parte designe o haya designado”²⁶⁶, es de notar, que, aunque la Carta Magna mexicana prohíbe los monopolios²⁶⁷, en la práctica y bajo la figura del tratado, es aceptable. El monopolio alude al dominio o poder sustancial que se tiene sobre un mercado relevante. A esta magnitud de operaciones, se prohíbe la generación de un daño a la rama de producción nacional.

En la opinión de Jean Tron²⁶⁸, la libre competencia permite la concurrencia de una pluralidad de empresas, que a su vez propicia la eficiencia de los mercados y el desarrollo económicos en consecución del bienestar de la ciudadanía (consumidor). Tron Petit aclara que “los monopolios no están prohibidos de manera absoluta o incondicional, antes bien, están previstos y en ciertos casos hasta autorizados por el orden jurídico. En cambio, lo proscrito son los abusos, el comportamiento desleal y sólo especulativo”²⁶⁹, es decir, las prácticas anticompetitivas. Dado que puede existir el caso donde un monopolio realmente ofrezca el mejor precio a los consumidores por sus productos, correspondiente a un sistema de economía de escala por la masiva producción que sostienen. No

²⁶⁶ Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Empresa propiedad del Estado y monopolios designados, en <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/22ESPEmpresasPropiedaddelEstadoyMonopoliosDesignados.pdf>, consultada el 7 de mayo de 2021.

²⁶⁷ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 5 de febrero de 1917, México. Última reforma publicada DOF, el 8 de mayo de 2020. Artículo 28. En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas.

²⁶⁸ *cfr.* Tron Petit, Jean Claude, “Artículo 28. Prohibición de monopolios”, en Mac-Gregor Poisot, Eduardo Ferrer *et al.* (coords.), *Derechos Humanos en la Constitución: Comentarios de jurisprudencia constitucional e interamericana I*, México, Corte Suprema de Justicia de la Nación, UNAM, 2013.

²⁶⁹ *Ibidem*, p. 748.

obstante, consideramos apremiante una supervisión pormenorizada por el ente económico rector, en México, la Comisión Federal de la Competencia Económica (COFECE).

Dentro de esta configuración, precisamos destacar la interpretación extensiva que realiza Tron Petit sobre el artículo 28 constitucional, en la que indica que lo prohibido “son actitudes y propósitos que determinan los precios altos y perjuicios a consumidores, así como otras ventajas exclusivas que perjudiquen a la colectividad”²⁷⁰. Entonces, nos pareciera innecesario prohibir los monopolios cuando es una prohibición a medias, o sobre la que sopesará un criterio amplio de valoración, un conjunto complejo de variables y fórmulas económicas que aprueben la concentración económica, y que al final de cuentas será un monopolio.

Ahora bien, el nuevo tratado aborda un capítulo especial para la temática del medioambiente, el capítulo 24 que busca la procuración de un medioambiente sano y el manejo sostenible de los recursos naturales, al reconocer la importancia de su existir para el desarrollo y bienestar común. Siendo así, se proponen promover altos niveles de protección ambiental y una aplicación efectiva de las leyes ambientales, que será acorde al contexto nacional. El nivel de protección queda a disposición soberana de los Estados parte, esta sería la base, pero siempre queda abierto el espectro para el incremento y mejora de tales niveles.

Es notable que el acuerdo comercial del T-MEC supera significativamente a su predecesor y aborda tópicos en boga, como la protección al consumidor en línea y derechos difusos de las colectividades en la manifestación del medioambiente. Además, contempla su alineación con instrumentos de la comunidad internacional, como los ODS y las directrices de las OCDE.

3.3. Derecho comparado regional

Otra modalidad para estudiar el derecho vinculante entre distintos Estados se presenta en el derecho comparado regional, es decir, de bloques que integran

²⁷⁰ *Ibidem*, p. 754.

a varios países por un objetivo en común. Tal es el caso de la Unión Europea y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

Para el autor René Camille²⁷¹ al analizar los sistemas jurídicos contemporáneos, “la ciencia del derecho tiene un carácter transnacional”, en consecuencia, el estudio de legislaciones de avanzada aporta una nueva óptica de cómo están regulando distintos fenómenos jurídicos, lo que puede surtir como inspiración para retomar las buenas prácticas legislativas e institucionales.

La Unión Europea (UE) se destaca por ser el único modelo en el globo que ha logrado una integración de varios países, *verbi gratia*, el Tratado de Roma mediante el cual todos los Estados miembros de la UE se someten a la aplicación de principios relativos a los contratos del comercio internacional. Podríamos decir que esta referencia comunitaria puede ser un ejemplo de experiencia transnacional y globalizante. En este sentido, seguido revisaremos normativas de la UE que reflejan una cobertura especializada para los consumidores.

3.3.1. Foro de protección a favor de los consumidores

La mayor limitante para llevar una reclamación de carácter transfronterizo recae sobre el foro en el que se llevará el litigio, mismo que puede forzar de manera implícita al consumidor a abandonar su causa. Caso que se ha superado en la experiencia de la UE, mediante el Reglamento sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, conocido como el Reglamento de Roma I.

3.3.1.1. Reglamento 593/2008 (Roma I), del 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales

El antecedente normativo al Reglamento 593/2008 fue el Convenio de Roma del 19 de junio de 1980, que desarrolla en el artículo 5 lo relativo a los contratos celebrados por los consumidores, donde el objeto del contrato era “el suministro de bienes muebles corporales o de servicios a una persona, el consumidor, para uso

²⁷¹ Camille Jauffret-Spinosi, René David, *op. cit.*, p. 5.

que pueda ser considerado como ajeno a su actividad profesional, así como a los contratos destinados a la financiación de tales suministros”²⁷². La última cobertura llama la atención porque pareciera ser un contrato relacionado con los servicios financieros, que es una rama especial de atención. Adicionalmente observamos que se acotan las materias de cobertura. Más adelante cuando comentemos el Reglamento Roma I, observaremos que los tipos de contratos excluidos se amplían de dos a cinco.

Pilar Juárez²⁷³ realiza una reflexión de las mejoras introducidas con el Reglamento, que tratan de responder a la demanda en la contratación virtual, por el que la convención era insuficiente. Entonces destaca en que se amplía el concepto de los contratos con consumidores, y se deja bien definida la contraparte en la figura del profesional. El segundo cambio innovador versa sobre la ley rectora, ahora se enmarca en un sistema objetivo, que estatuye el ordenamiento de la residencia habitual del consumidor como el más favorable y el criterio clave para la determinación de la ley aplicable.

Seguidamente resaltaremos los aspectos más relevantes del Reglamento Roma I²⁷⁴, para después enfocarnos en las disposiciones establecidas para el contrato de consumo.

En los considerandos del instrumento se establece que, en el marco de la construcción de un espacio de libertad, seguridad y justicia en el bloque europeo, se adoptarán medidas que permitan atender las situaciones que tienen repercusión transfronteriza en materia civil y mercantil, por lo que estipulan medidas hacia la compatibilidad de las normas aplicables en los Estados miembros sobre conflictos de leyes y de jurisdicción.

²⁷² Convenio sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Convenio de Roma), del 19 de junio de 1980, en <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2005:334:0001:0027:ES:PDF>, consultada el 23 de abril de 2021.

²⁷³ *cf.* Juárez Pérez, Pilar, “La ley rectora de los contratos internacionales de consumo: El sistema del Reglamento No. 593/2008 (Roma I)”, *Estudios de Deusto*, vol. 58, núm. 1, Bilbao, enero-junio, 2010.

²⁷⁴ Reglamento 593/2008 (Roma I), del 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, en <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:177:0006:0016:ES:PDF>, consultada el 20 de abril de 2021.

Para tomar la decisión sobre la norma de conflicto y el foro de resolución al que recurrir, es principio esencial la autonomía de voluntad o libertad de las partes para determinar la ley aplicable según acordaron en el contrato. En caso de no haberse determinado una disposición, le sigue la opción hacia la determinación de qué ley presenta “los vínculos más estrechos con la situación”, es decir, factores conectores que permitan su determinación. Empero, lo anterior es la ley general, para el caso de los consumidores existe un orden diferente.

Por otra parte, el considerando 19²⁷⁵ aborda que para la elección de la ley aplicable “debe determinarse con arreglo a la norma especificada para el tipo particular de contrato”, en caso de no calzar en este presupuesto “debe regirse por la ley del país donde tenga su residencia habitual la parte que deba realizar la prestación característica del contrato”. Además, si fuese muy diversa la prestación y toca diferentes tipos de contrato, el análisis de la prestación radicará correspondiente a su “centro de gravedad”. También se presenta la opción de una cláusula de escape, en caso de no seguir la ley del país donde el vendedor o prestador del servicio tenga su residencia habitual, será de aplicación la ley de otro país con el cual se tengan vínculos estrechos.

Ahora bien, destacaremos las estipulaciones que se realizan sobre los consumidores, con el cual se da un giro significativo a la generalidad aplicable para las obligaciones, y es que se considera con preferencia para la determinación de la ley del foro, aquella ley del Estado miembro de la Unión donde se encuentra la residencia habitual del consumidor. Esto corresponde al considerando 23²⁷⁶: “En cuanto a los contratos celebrados con partes consideradas más débiles, es conveniente protegerlas por medio de normas de conflicto de leyes más favorables a sus intereses que las normas generales”.

En este sentido, se considera la limitación de recursos físicos y económicos, así como barreras idiomáticas que se le pueden presentar a los consumidores en comparación con los grandes capitales de los proveedores, por ello, los litigios deben permitir un manejo de costos accesibles para los consumidores, aun cuando

²⁷⁵ *Ibidem*, p. 177/7.

²⁷⁶ *Idem*.

versen sobre controversias de escasa cuantía. De modo complementario, se establece que no se puede excluir por acuerdo de voluntad el derecho a la selección de la residencia habitual del mismo.

A continuación, estudiaremos el artículo 6²⁷⁷: Contratos de consumo. La premisa principal está relacionada a las partes contratantes y su punto de encuentro, entendido este mediante la residencia donde se ejercen las actividades comerciales o profesionales, o en su defecto donde se hacen llegar y su proximidad con la residencia habitual del consumidor.

El reglamento Roma I se refiere a la calidad del consumidor, como aquel que tiene por destino u objeto del contrato, uno distinto a la actividad comercial o profesional que este ejerce. Mientras que la otra parte sí ejerce la facultad relacionada con la actividad comercial o profesional, entonces, la ley que prima es la correspondiente a la residencia habitual del consumidor.

Puede existir libertad de elección de la ley aplicable a un contrato por las partes, siempre y cuando: 1) Se cumpla con los puntos de encuentro común y 2) en tal elección no se caiga en la desprotección del consumidor, es decir, que la elección de la ley está condicionada a respetar la protección del consumidor, esto abre la puerta a la opción de selección la ley de otro Estado con un mayor nivel de protección a los consumidores. En caso de no cumplirse los requisitos anteriores, se revisarán las normas uniformes del Capítulo II, artículos 3 y 4, libertad de elección y ley aplicable a falta de elección, respectivamente.

Son exclusiones²⁷⁸ a la previsión anterior, aquellos tipos de contrato donde el país de conexión puede ser distinto a alguna de las partes o en relación con la prestación del contrato.

²⁷⁷ *Ibidem*, p. 177/11-177/12.

²⁷⁸ Reglamento (CE) No. 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo del 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I), en <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:177:0006:0016:ES:PDF>, consultada el 20 de abril de 2021. Artículo 6.4: Contratos de consumo: Los apartados 1 y 2 no se aplicarán a los siguientes contratos: a) contratos de prestación de servicios, cuando los servicios deban prestarse al consumidor, exclusivamente, en un país distinto de aquel en que el mismo tenga su residencia habitual; b) contratos de transporte distintos de los contratos relativos a un viaje combinado con arreglo a la definición de la Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1990, relativa a los viajes

Como se ha observado el Reglamento Roma I es bondadoso en la elección de la ley aplicable para un litigio promovido por un consumidor porque le permite que se celebre en el país de su residencia habitual. Pero nos advierte Reinhard Schu²⁷⁹ que esto no aplica para las situaciones donde el consumidor viaja a otro país para comprar bienes o servicios, o realiza un pedido desde un proveedor extranjero por lo que tiene que aceptar la ley extranjera que está involucrada, entendemos esta última parte cuando corresponde a un país no miembro de la Unión.

Para complementar las líneas desarrolladas en el análisis del reglamento, presentamos un caso europeo que versa sobre un contrato en línea celebrado con consumidores residentes en otros Estados miembros, con la Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 28 de julio de 2016, Verein für Konsumenteninformation (VKI, Asociación para la información de los consumidores) contra Amazon EU Sàrl²⁸⁰.

La narración de los hechos de manera sintética se presenta así: Amazon EU, sociedad domiciliada en Luxemburgo celebra contratos de venta electrónica con los consumidores residentes en Austria, lugar donde no cuenta con domicilio social ni establecimientos. En las condiciones generales de los contratos determina una serie de cláusulas de adhesión que, entre otras cosas, no permite la negociación de condiciones por parte del cliente, se apropia de los datos de carácter personal e

combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados; c) contratos que tengan por objeto un derecho real inmobiliario o contratos de arrendamiento de un bien inmueble distintos de los contratos relativos al derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido con arreglo a la definición de la Directiva 94/47/CE; d) derechos y obligaciones que constituyen un instrumento financiero y derechos y obligaciones que constituyan los términos y condiciones que regulan la emisión, la oferta de venta al público o las ofertas públicas de adquisición de valores negociables, y la suscripción y el reembolso de participaciones en organismos de inversión colectiva, siempre y cuando no constituyan la prestación de un servicio financiero; e) los contratos celebrados dentro de un sistema que entre en el ámbito de aplicación del artículo 4, apartado 1, letra h).

²⁷⁹ *cf.* Schu, Reinhard, *op. cit.*, pp. 195-198.

²⁸⁰ Para mayor información ver: Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 28 de julio de 2016, Verein für Konsumenteninformation contra Amazon EU Sàrl, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A62015CJ0191&qid=1618720443646>, consultada el 10 de mayo de 2021.

indica disponer de ellos hasta el punto de intercambiarlos con otras empresas del grupo Amazon y determina el derecho aplicable, siendo el Derecho de Luxemburgo.

Por consiguiente, VKI ejerce la acción de cesación ante los tribunales austriacos por considerar las cláusulas aludidas contrarias a las prohibiciones legales. El tribunal de primera instancia estimó las pretensiones del recurrente, considerando como inválida la elección de la ley aplicable porque “la ley no debería llevar a privar al consumidor de la protección que le garantiza la legislación del Estado de su residencia habitual”, distinguiendo además qué cláusulas corresponden al examen del derecho austriaco y cuáles al derecho luxemburgués. Luego en el tribunal de apelaciones se anuló la sentencia dictada por el tribunal *a quo*, sopesando que de acuerdo con el reglamento no se puede declarar la cláusula como ilegal, se tiene que examinar a la luz del derecho luxemburgués. No obstante, para el caso de los consumidores lo que correspondería sería hacer una comparación del derecho en ambos países y determinar cuál es la ley más favorable para su aplicación.

En las cuestiones prejudiciales se considera que el domicilio social de la empresa no es constituyente legítimo de un vínculo más estrecho y se distinguen los modos de aplicación de las normativas aludidas, aclarando que una no comporta perjuicio para la otra, sino que se tienden a considerar en su totalidad hacia la protección de los intereses de los consumidores y sólo de manera autónoma las cláusulas abusivas expresas. Este tipo de cláusulas son abusivas cuando no han sido negociadas individualmente, sino que ya están predefinidas por la empresa o el profesional.

En fin, en la parte que nos interesa con respecto a la ley aplicable se impuso la determinación del derecho que es más favorable para los intereses de los consumidores, lo que nos aportó la fórmula de la comparación para determinar esta, y no dar de entrada una única respuesta con respecto al domicilio habitual del consumidor, sí fuera el caso en que el derecho extranjero pueda entrañar una protección superior.

3.3.1.2. Directiva 2009/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores

La directiva se presenta como una vía para la protección del mercado interno y el fomento de la confianza del consumidor en el mismo, con un carácter más abarcador porque legitima a organismos para la protección de los intereses colectivos de los consumidores a entablar las acciones.

En el artículo 2²⁸¹ se dispone que las acciones de cesación o el recurso de la acción de cesación demanda cierto rol por la autoridad competente, a saber: a) ordenar la cesación o prohibición de una infracción, b) publicar resolución o declaración que persiga la supresión de los efectos acaecidos por la infracción y c) condenar abonar lo surgido por la infracción. No obstante, se debe tener claro quiénes son las entidades habilitadas. Como elemento esencial, las entidades habilitadoras deben denotar un interés legítimo en la protección de los intereses colectivos de los consumidores, además de estar legalmente constituidas (capacidad jurídica) según la legislación nacional de los Estados.

En cuanto a las infracciones intracomunitarias se mandata la apertura para demandar en otros Estados, cuando se es parte vinculante por el tipo de infracción que se está cometiendo contra los consumidores; por lo que se alientan medidas que determinen dicho proceso. Como parte de la publicidad y conocimiento de las entidades habilitadas, se publicará la lista actualizada de dichas entidades en el Diario Oficial de la Unión Europea con una periodicidad semestral. Además, se llevará un proceso de reportaje que constará en un informe trianual sobre la aplicación de la directriz en la protección eficaz de los consumidores.

²⁸¹ Directiva 2009/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, *en* <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/TXT/?uri=CELEX:32009L0022>, consultada el 10 de mayo de 2021.

En 2012 se realizó un informe²⁸² sobre la aplicación de la directiva que, entre otras cosas, menciona las prácticas ilegales nocivas que con más frecuencia han dado lugar a acciones de cesación, siendo éstas: las cláusulas contractuales abusivas y las prácticas comerciales desleales y publicidad engañosa. También se reflejaba en menor medida lo dispuesto sobre las normas de garantía y de la indicación de precios, o el envío de mensajes de correo electrónico no solicitados. Por otro lado, se evalúa el impacto de las directivas al reconocer la ventaja que representan para el consumidor al promover la igualdad en las condiciones contractuales y fungir con un elemento disuasorio durante el procedimiento, al mismo tiempo que puede desalentar a otros comerciantes a implementar prácticas similares.

Sin lugar a duda, la directiva se suma a la serie de normativas tutelares de los derechos de los consumidores con el matiz intracomunitario, por lo que apuestan por disposiciones comunes y armonizadas, que se puedan dirimir en diferentes foros según los puntos de conexión, derechos inmersos y la mayor protección/beneficios de los consumidores.

3.3.1.3. Reglamento 1215/2012, de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil

El Reglamento persigue la unificación de normas sobre conflictos de jurisdicción en materia civil y mercantil, por el cual se pueda seguir su cauce subsiguiente de manera ágil y fluida. En cuanto a los contratos celebrados por los consumidores, se determina en el considerando número 18 que “debe protegerse a la parte más débil mediante normas de competencia más favorable a sus intereses

²⁸² *cfr.* Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la aplicación de la Directiva 2009/22/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52012DC0635>, consultada el 30 de abril de 2021.

de lo que dispongan las normas generales”²⁸³. De igual forma, se observa que opera la autonomía de las partes, con la particularidad para los consumidores donde la autonomía pasa a ser una autonomía limitada, a tono con la indicación rectora.

En la sección 4 se aborda lo tangente a la competencia en materia de los contratos celebrados por los consumidores, dedicándose los artículos del 17 al 19 para dicha temática. Continuaremos la exploración de los aspectos relevantes:

En el artículo 17 se determina la competencia en materia de contratos celebrados por consumidores, dicha competencia está asociada a una tipología²⁸⁴ de relación consumeril, la vinculación que existe para el contratante comercial con mero hecho de que despliegue sus operaciones en un Estado miembro²⁸⁵ y la exclusión para el contrato de transporte *per se*²⁸⁶. También, por regla general, la acción entablada contra consumidor o desde el consumidor tendrá que interponerse ante los órganos jurisdiccionales del Estado miembro en que esté domiciliado el consumidor, según el artículo 18.

Por último, el artículo 19²⁸⁷ aborda los acuerdos que priman sobre las estipulaciones entorno a los consumidores y bajo la lógica de los altos niveles de

²⁸³ Reglamento 1215/2012, de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, en <https://www.boe.es/doue/2012/351/L00001-00032.pdf>, consultada el 23 de abril de 2021.

²⁸⁴ *Ibidem*, Artículo 17.1: a) cuando se trate de una venta a plazos de mercaderías; b) cuando se trate de un préstamo a plazos o de otra operación de crédito vinculada a la financiación de la venta de tales bienes, o c) en todos los demás casos, cuando la otra parte contratante ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor o, por cualquier medio, dirija tales actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato esté comprendido en el marco de dichas actividades.

²⁸⁵ *Ibidem*, Artículo 17.2: Cuando el cocontratante (sic) del consumidor no esté domiciliado en un Estado miembro, pero posea una sucursal, agencia o cualquier otro establecimiento en un Estado miembro, se considerará para todos los litigios relativos a su explotación que está domiciliado en dicho Estado miembro.

²⁸⁶ *Ibidem*, Artículo 17.3: La presente sección no se aplicará al contrato de transporte, salvo el caso de los que, por un precio global, ofrecen una combinación de viaje y alojamiento.

²⁸⁷ *Ibidem*, Artículo 19: Únicamente prevalecerán sobre las disposiciones de la presente sección los acuerdos: 1) posteriores al nacimiento del litigio; 2) que permitan al consumidor formular demandas ante órganos jurisdiccionales distintos de los indicados en la presente sección, o 3) que, habiéndose celebrado entre un consumidor y su cocontratante, ambos domiciliados o con residencia habitual en el mismo Estado miembro en el momento de la celebración del contrato, atribuyan competencia a los

protección. En otras palabras, que no vaya en contra de la mayor tutela que se pueda brindar a la parte débil de la transacción comercial.

En su mayoría, podemos observar que tanto el Reglamento de Roma I como el Reglamento sobre la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, se expresan en términos armoniosos y al unísono en lo que a la protección del consumidor se refiere. Aplaudimos las disposiciones especiales para los consumidores, esto denota la prioridad y el espacio que ha ganado en el ordenamiento jurídico de la Unión Europea, donde salta a la vista el énfasis hacia la protección del mercado interno, al mismo tiempo que se protege al consumidor y se determina un marco tutelar de atención por los Estados miembros.

3.3.1.4. Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo

Por medio de esta directiva se modifica el Reglamento 2006/2004 sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores y la Directiva 2009/22/CE relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores.

La Directiva se suma a la serie de instrumentos que se alinean para garantizar un nivel elevado de protección de los consumidores. Además, por la naturaleza de la Unión Europea con la integración de diferentes países, se encuentra presente la cobertura en atención a los litigios nacionales y transfronterizos. En su naturaleza transnacional se reconoce que uno de los aspectos a fomentar es la confianza del consumidor para realizar la contratación en línea a proveedores residentes en un país diferente al de la residencia habitual del consumidor, esto permitirá que el mercado interno de la región se mantenga dinámico y activo en el movimiento transaccional.

órganos jurisdiccionales de dicho Estado miembro, a no ser que la ley de este prohíba tales acuerdos.

En comparación con el Reglamento Roma I, mantiene la misma definición para el consumidor, sólo varía la denominación que se da a la contraparte, pasando de ser profesional a comerciante. No obstante, en su composición o significado se encuentran en el mismo sentido.

El objetivo que persigue el instrumento es contribuir al nivel elevado de protección del consumidor mediante las facilidades para presentar reclamaciones contra comerciantes ante entidades que ofrezcan procedimientos de resolución alternativa de litigios, los que deberán ser independientes, imparciales, transparentes, efectivos, rápidos y justos²⁸⁸. Las reclamaciones se enmarcan en la relación de consumo que existe mediante un contrato de compraventa o contrato de servicios.

La figura clave que une las pretensiones de los consumidores y los comerciantes es la Entidad de Resolución Alternativa (ERA) que en su actuar deberá ser congruente con los principios que promueven la transparencia, integridad, independencia, imparcialidad, eficacia, equidad, legalidad y libertad. ERA debe cumplir con requisitos como: Contar con sitio de internet actualizado que explique todo el procedimiento de manera sencilla, y en el mismo sitio, se ha de poder presentar la reclamación en línea o fuera de ella según sea el caso, intercambiar información entre las partes, aceptar los litigios de índole espacial, a saber, nacional y transfronterizo, principalmente²⁸⁹.

La información general sobre las ERA debe ser de dominio público para que la población conozca los espacios a los que pueden acudir, se mantendrá la confidencialidad sobre los casos, sin embargo, se presentarán reportes sobre los sectores empresariales y casos de mayor recurrencia para hacer notar las recomendaciones y buenas prácticas desarrolladas. Además, los litigios deben ser gratuitos para el consumidor o en su defecto, accesibles, atractivos y asequibles.

En una escalada de tiempo con la figura de la ERA se pueden llevar tres fases o momentos del proceso, en la inicial se puede generar una solución *ex ante*

²⁸⁸ *cf.* Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, en <https://www.boe.es/doue/2013/165/L00063-00079.pdf>, consultada el 23 de abril de 2021.

²⁸⁹ *Ibidem*.

que abrevia el trámite, la segunda fase establece todo el esquema a proseguir hasta la resolución y la última fase que es de orden institucional entre entidades homólogas para el intercambio de reportes y evaluaciones de mejora.

Antes	Durante	Después
Procurar que los consumidores resuelvan el problema con el comerciante antes de presentar una reclamación a la entidad.	Información accesible sobre los ERA, señas para su ubicación, normativas del procedimiento, medio electrónico práctico para suscitar el proceso.	A nivel de cooperación entre ERA, intercambio de información sobre las tendencias de los litigios atendidos, evaluaciones e informes periódicos. A la autoridad competente se presentará un reporte de manera bianualmente.

Dentro de los aspectos novedosos encontramos los siguientes: 1) Las disposiciones para realizar evaluación de impacto de las resoluciones extrajudiciales colectivas antes de entrar en vigor, 2) Negación para tramitar un litigio determinado acorde a lo dispuesto en el artículo 5.4.²⁹⁰, 3) Establecimiento de umbrales monetarios que no perjudique el acceso de los consumidores al procedimiento de resolución alternativa y 4) Plazo de reflexión razonable previo al consentimiento una solución propuesta o acuerdo amistoso.

Cabe concluir que el mecanismo de resolución alternativa de litigios en materia de consumo permite un acercamiento práctico de las partes y procura la atención a las demandas de los consumidores. El registro de impacto permite dilucidar los beneficios o repercusiones que pueden generar dichas resoluciones,

²⁹⁰ *Ibidem*. Motivos de negación: a) que el consumidor no haya tratado de ponerse en contacto con el comerciante de que se trate en relación con su reclamación para intentar, como primer paso, resolver el asunto directamente con el comerciante; b) que el litigio sea frívolo o vejatorio; c) que otra entidad de resolución alternativa o un órgano jurisdiccional estén examinando o hayan examinado en ese litigio; d) que el valor de la reclamación sea inferior a un umbral monetario preestablecido; e) que el consumidor no haya presentado la reclamación ante la entidad de resolución alternativa dentro de un plazo preestablecido, que no será inferior a un año desde la fecha en que el consumidor haya presentado su reclamación al comerciante; f) que la tramitación del tipo de litigio en cuestión pudiera comprometer gravemente por otros motivos el funcionamiento de la entidad de resolución alternativa. Cuando, de acuerdo con sus normas de procedimiento, una entidad de resolución alternativa no esté en condiciones de tramitar un litigio que se le haya presentado, dicha entidad facilitará a ambas partes, en un plazo de tres semanas desde la recepción del expediente de reclamación, una explicación razonada de los motivos por los que no ha tramitado el litigio. Tales normas de procedimiento no menoscabarán de forma significativa el acceso de los consumidores a los procedimientos de resolución alternativa, incluso en el caso de litigios transfronterizos.

esto persigue la tendencia del derecho en acción al mismo tiempo que atiende al análisis económico del derecho.

Con este último apartado hemos cumplido la revisión de las normativas positivas al foro de protección de los derechos de los consumidores a nivel de la Unión Europea, misma que nos aporta una especialidad en la atención a la figura del consumidor, ubicándolo en el centro de la relación consumeril por su posición de desventaja y procurando las condiciones más favorables para ejercer sus derechos que en primer instancia ubica cualquier acción en el domicilio del consumidor y en el foro de protección que sea más favorable a sus intereses o que le otorgue el mejor derecho.

Después de haber estudiado las normativas con un enfoque regional o intracomunitario, pasamos a otra mecánica un tanto similar a través de los acuerdos de bloques económicos regionales. Nuevamente hemos detectado los acuerdos comerciales que contemplan a los consumidores en la contratación transfronteriza.

3.3.2. Mercado Común del Sur (MERCOSUR)

La experiencia de integración económica regional desarrollada por los países del cono sur personifica un modelo que se alinea a la estrategia común por el libre comercio, representado en la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

Para la autora Luciana Scotti²⁹¹, las soluciones jurídicas para la protección a las relaciones de consumo que traspasan el escaparate nacional deben presentarse en los foros regionales e internacionales, con un marco jurídico que brinde seguridad y certeza sobre la ley aplicable y el país competente para dirimir la controversia, es decir, que además propicie la identificación del foro protectorio que sea más favorable para atender las demandas de los consumidores.

²⁹¹ *cfr.* Scotti, Luciana Beatriz, “Avances con miras a la protección de los consumidores en el Mercosur”, *Revista Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*, Argentina, vol. 16, núm. 49, 2019.

El Mercado Común del Sur (MERCOSUR) surge con el tratado constituyente del mercado común, firmado en la ciudad de Asunción (Tratado de Asunción), el 26 de marzo de 1991 y luego de la aprobación y depósito del instrumento por los diferentes Estados parte, entra en vigor el 29 de noviembre del mismo año, como un tratado de tipo multilateral²⁹². Los países que conforman el Mercosur son: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Cabe resaltar que Venezuela se encuentra suspendida del Mercosur, en base al Protocolo de Ushuaia, referido al compromiso democrático; y Bolivia se encuentra en proceso de adhesión.

La integración económica es vista como una condición esencial para “acelerar los procesos de desarrollo económico”²⁹³, nótese que el Tratado de Asunción se refiere a desarrollo económico y no netamente crecimiento económico, aunque esto no lo desvincula del mismo. Para el mercado común se establece una serie de disposiciones hacia la liberalización comercial, coordinación de políticas macroeconómicas, aranceles, entre otros.

Por otra parte, la estructura orgánica se encabeza por el Consejo del Mercado Común (CMC), seguido del Grupo de Mercado Común (GMC), considerado así en el Tratado de Asunción. Luego con el Protocolo de Ouro Preto²⁹⁴ se consolida la estructura institucional, donde a los órganos anteriores le sigue la Comisión del Comercio del Mercosur (CCM), entre otros. El CMC está a cargo del consejo la conducción política y toma de decisiones. Precisamos definir la primera

²⁹² Como distinción básica, un tratado multilateral alude a la participación de más de dos Estados. Refieren Manuel Becerra y Roxana Ávalos sobre la complejidad de los tratados con presencia de diferentes naciones que en la negociación de un tratado multilateral “por el número de participantes aumenta su complejidad, por la serie de intereses en juego, que pueden ser contrapuestos, la negociación se torna compleja, y se organiza como si fuera un parlamento, en donde se negocia en dos niveles, en principio en comisiones, que llevan los resultados de su negociación ante el pleno”. Becerra Ramírez, Manuel y Ávalos Vázquez, Roxana, *Derecho de los tratados. Teoría y práctica*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2020, p. 34.

²⁹³ Tratado para la constitución de un mercado común, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=0GXnoF+V0qWCz+EoiVAdUg==, consultada el 2 de junio de 2021.

²⁹⁴ Protocolo adicional al Tratado de Asunción sobre la estructura institucional del Mercosur, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=QvE8z5bllxmQDCfTQ9YVBA==, consultada el 2 de junio de 2021.

línea orgánica para encontrar cómo se integra o bajo qué rama se encuentra la defensa del consumidor, siendo el Comité Técnico CT No. 7 Defensa del consumidor, el que atiende el asunto y se encuentra ubicado bajo la dependencia de la Comisión de Comercio del Mercosur (CCM).

A su turno, en la página oficial del Mercosur, en la sección de “Ciudadanos”, se cuenta con un espacio denominado: Escuela Mercosur de defensa del consumidor²⁹⁵, que brinda formación a distancia mediante cursos habilitados en dicho espacio.

Sin ánimo de realizar una comparación con el T-MEC, es positivo observar que, en el diseño comercial y económico de la región sureña, se concibió con gran acierto y de manera explícita e intencionada la defensa del consumidor, marcando así la pauta para la protección de los derechos en todas las relaciones económicas y/o de consumo sostenidas en la cobertura del Mercosur.

De la integración económica del Mercosur se desprenden otros instrumentos que tocan las relaciones de consumo y, por ende, merecen una precisa alusión. Estos son: i) Protocolo Santa María sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo y ii) Acuerdo del Mercosur sobre derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo.

i) Protocolo Santa María sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo

Protocolo Santa María surge el 16 de diciembre de 1996, en la actualidad tiene un carácter de instrumento no vigente ya que hasta la fecha no se ha cumplido con el proceso de suscripción nacional al mismo, por lo que se hace referencia a este como un instrumento de derecho suave. El instrumento prevé en el contexto de los negocios internacionales y la integración regional, la oportunidad para fortalecer la protección al consumidor.

²⁹⁵ Escuela Mercosur de defensa del consumidor, en <http://campus-mercosur.produccion.gob.ar/>, consultada el 2 de junio de 2021.

La regla general para la jurisdicción se remite al domicilio del consumidor, según el artículo 4 del Protocolo de Santa María²⁹⁶, que expresa lo siguiente:

1. Tendrán jurisdicción internacional en las demandas entabladas por el consumidor, que versen sobre relaciones de consumo, los jueces o tribunales del Estado en cuyo territorio esté domiciliado el consumidor.

2. El proveedor de bienes o servicios podrá demandar al consumidor ante el juez o tribunal del domicilio de éste.

Ahora, sobre la ley aplicable, acorde al artículo 10 será aplicable la ley del lugar del proceso. Por otra parte, interesa mencionar que, para la aprobación del Protocolo, se dispone que primero habrá de aprobarse el Reglamento común Mercosur para la defensa del consumidor en su totalidad, incluido de existir anexos, esto de acuerdo con el artículo 18 del protocolo.

ii) Acuerdo del Mercosur sobre derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo

Alude Luciana Scotti²⁹⁷, que antes de llegar a ser un acuerdo, este instrumento fungía como el reglamento que se había proyectado en el Protocolo de Santa María, mismo que no escaló de la forma concebida porque hubo diferencias entre la venia de los Estados parte para su aprobación, tal es el caso de Brasil que considera su legislación nacional superior a las disposiciones contenidas en el instrumento promovido, por lo que no se sumaba a la iniciativa, y en última instancia se definió como un acuerdo que requería de un menor número de aprobación de las partes.

El acuerdo se aprobó el 21 de diciembre de 2017 en la ciudad de Brasilia, conteniendo como observación para su entrada en vigor, la ratificación del instrumento hasta el segundo Estado parte. Además, el bloque regional de los países firmantes está representado en los Estados originarios, a saber: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

En párrafos preliminares del acuerdo se destaca la necesidad por la protección de los consumidores, que debe pasar por la armonización de

²⁹⁶ Protocolo de Santa María sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=Ikk90C8cjD%2f9eWgqGr%2fGgA%3d%3d, consultada el 2 de junio de 2021.

²⁹⁷ *cfr.* Scotti, Luciana Beatriz, *op. cit.*, pp. 315-317.

legislaciones de los Estados parte para brindar soluciones jurídicas comunes. El acuerdo está conformado por diez artículos²⁹⁸, de los cuales destacaremos los puntos siguientes:

En las definiciones (artículo 2) se desarrollan cinco términos, de los cuales nos distanciamos de las partes de la relación de consumo para enfocarnos en el “domicilio”, porque de este se desprenden los puntos de conexión para determinar el lugar de celebración del contrato internacional de consumo. Se define de la siguiente forma: “en el caso de contratación internacional de consumo, en especial a distancia, se entiende como domicilio del consumidor el domicilio informado al proveedor profesional de productos o servicios, al momento de celebrarse el contrato entre las partes”. El lugar de celebración en línea mantiene el mismo sentido, del lugar reportado por el consumidor y a diferencia del presencial, será el lugar físico de la transacción o contrato.

Acorde al artículo 3 se excluyen una serie de ámbitos relacionados con la matriz civil, relacionadas con el derecho de personas, derecho de familia, otros de índole mercantil, en lo referido al arbitraje, así como laboral, entre otros.

En cuanto al derecho aplicable, se observa que se ubica en el centro al consumidor y se sigue su movilidad, de suerte tal que coexisten dos escenarios, uno estando en el Estado de su domicilio y otro cuando está fuera de su domicilio. En el primer ejercicio se impone la elección de las partes, entendida como un acuerdo de voluntades, teniendo como regla máxima la elección del derecho más favorable al consumidor, y del cual tienen las siguientes opciones de elección: domicilio del consumidor, del lugar de celebración o cumplimiento del contrato o de la sede del proveedor de los productos o servicios. En la segunda situación, opera en beneficio del consumidor, la elección entre: el domicilio del consumidor y el lugar de celebración o cumplimiento del contrato, conservando del mismo modo la regla máxima.

²⁹⁸ Acuerdo del Mercosur sobre derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=AxoXyt3+jH0ncKXgOeDMzA%3d%3d, consultada el 2 de junio de 2021.

Sobre la elección e información del derecho aplicable, se estipula para brindar mayor garantía que éste debe ser: expreso, conocido, consentido y por medio escrito, lo que refiere a la existencia de una evidencia, además de la plena venia de las partes y profundo entendimiento de lo que implica; similar es el caso para la contratación en línea, según el artículo 6.

En definitiva, los tratados comerciales multilaterales están contemplando la dimensión del comercio electrónico. De acuerdo con Sebastián Herreros²⁹⁹ en su producción en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), los acuerdos comerciales preferenciales están apuntalando contener en el marco de la reglamentación nacional, disposiciones sobre la protección de los consumidores en línea, que es parte del entorno habilitante deseable para incitar la confianza en la contratación virtual, y del cual se precisa transitar por disposiciones sobre firma y autenticación electrónicas, así como de protección de la información personal.

Otro enfoque interesante es el que se gesta a través de los derechos humanos, propiamente el instrumento de derecho suave: “Los principios rectores sobre las empresas y derechos humanos” dado a conocer en su versión oficial en 2011 por Naciones Unidas. Para Eugenia López-Jacoiste³⁰⁰ los principios contemplan la prevención ante los impactos negativos derivados de la actividad económica de las empresas transnacionales y de aquellas procedentes de los acuerdos internacionales de comercio e inversiones. Agrega que este esfuerzo aspira hacia un marco jurídico que garantice una globalización socialmente responsable y un desarrollo económico con rostro humano.

Por su parte, al analizar estos principios, Alberto Jiménez-Piernas³⁰¹ argumenta que son aplicables a toda medida legal o política, incluso en los acuerdos

²⁹⁹ *cfr.* Herreros, Sebastián, “La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales. Algunas implicaciones políticas para América Latina y el Caribe”, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, 2019.

³⁰⁰ *cfr.* López-Jacoiste Díaz, Eugenia, “Los principios rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos”, en Fernández Liesa, Carlos y López-Jacoiste Díaz, Eugenia (Dir.), *Empresas y Derechos Humanos*, España, Aranzadi, 2018.

³⁰¹ Jiménez-Piernas García, Alberto, “La definición de la responsabilidad social corporativa a la luz de los principios rectores: una perspectiva de derechos humanos”, en Fernández Liesa, Carlos y López-Jacoiste Díaz, Eugenia (Dir.), *Empresas y Derechos Humanos*, España, Aranzadi, 2018, pp. 71-72.

de inversión y políticas comerciales en las instituciones internacionales. A su vez presenta una evaluación muy realista del mercado en la globalización, contrastándolo con los derechos humanos y la responsabilidad social corporativa:

El objetivo latente es conseguir que las RSC sirva efectivamente de aliviadero, que no de alcantarilla, de las tensiones de la globalización. Dicho de otro modo, una de las metas políticas de los Principios Rectores es desmontar la dicotomía, de fuerte carga ideológica y muy extendida en la opinión pública, según la cual existiría una incompatibilidad ontológica entre la globalización y el respeto de los derechos humanos. Los mercados, por su propia naturaleza, son sencillamente amorales.

Esta manifestación entraña una complementariedad de acciones a nivel político y legal, que ubique a los derechos humanos en la pirámide de las dinámicas sociales y, bajo esta, el mercado coadyuve a los derechos económicos, es decir, al desarrollo y crecimiento económico con la misma relevancia paralela.

En este mismo sentido, expresa el Embajador del Ecuador Emilio Izquierdo³⁰² una síntesis de los principios rectores en la que hace alusión a la triple obligación de proteger, respetar y remediar. Además, alude a la mecánica programática del grupo de trabajo para este instrumento, el que proyecta convertir los principios de derecho suave en un instrumento vinculante y que opere: “Con una actuación coordinada de las instituciones públicas y entidades privadas relevantes, se prevé articular el respeto, la protección y promoción de los derechos humanos que incluyan a las agendas, temas tales como: la lucha contra la corrupción, el cambio climático, la promoción de inversión y los acuerdos comerciales”.

Consideramos que los esfuerzos realizados hacia la protección y respeto de los derechos humanos, ante las acciones desaprobatorias de las empresas en el entorno globalizante puede allanar el camino con fuerza vinculante para un cambio de rumbo en la globalización económica.

³⁰² Izquierdo Miño, Emilio, “Estado del proceso hacia un instrumento vinculante sobre empresas y derechos humanos”, en VI Foro Regional de Empresas y Derechos Humanos, 6 de octubre de 2021.

CAPÍTULO CUARTO

FUNDAMENTOS PARA LA TUTELA ELECTRÓNICA INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Sumario: 4.1. Derechos de los consumidores como derechos de segunda generación. 4.1.1. Dimensión económica. 4.1.2. Dimensión social. 4.1.3. Dimensión cultural. 4.1.4. Dimensión ambiental. 4.2. Dignidad humana como paraguas de la tutela internacional de los derechos de los consumidores. 4.3. Garantía de la seguridad jurídica en contraste con la buena fe comercial en la parcela consumeril. 4.4. Protección del consumidor vulnerable en la contratación electrónica internacional. 4.5. Autorregulación o corregulación de las relaciones de consumo en la era digital. 4.6. Protección del consumidor en la realidad del COVID-19. 4.7. Buena práctica: Sellos de confianza. 4.8. Opinión de experto.

4.1. Derechos de los consumidores como derechos de segunda generación

Consideramos que los derechos de segunda generación, es decir, los derechos económicos, sociales y culturales (DESC) atañen a la colectividad que emerge en la figura del consumidor. En este sentido, por medio de la Tesis aislada I.1o.A.E.9 A (10a.)³⁰³ se reconoce la PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. LA LEY FEDERAL RELATIVA ES UN ORDENAMIENTO DE CARÁCTER TRANSVERSAL...EN LA MEDIDA EN QUE INCIDAN EN LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES. Además, admite el carácter multidisciplinario, y la naturaleza transversal u horizontal extensiva a las relaciones que ameriten su protección, como es la relación entre proveedores y consumidores, que se enmarca en intereses públicos y colectivos en vinculación con los DESC.

El marco normativo de los DESC se compone con los siguientes instrumentos internacionales promovidos en el seno del Sistema Universal de Protección de los Derechos Humanos, a saber, el Sistema de Naciones Unidas que aboga por estos derechos: Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC) aprobado el 16 de diciembre de 1966 y el Protocolo Facultativo PIDESC

³⁰³ Tesis aislada, I.1o.A.E.9 A (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2005854, Materia Administrativa, t. II, marzo de 2014, p. 1684.

adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 2008, ambos tratados tienen como punto de partida la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Nuria Mendizábal³⁰⁴ explica que los DESCAs son:

Derechos subjetivos que propenden por la realización del ser humano en condiciones de dignidad, mediante la satisfacción de mínimos esenciales que salvaguarden esferas como la autonomía, la identidad y los ámbitos materiales de existencia, contribuyendo a la reducción de las brechas de la desigualdad en la sociedad.

Asimismo, indica Mendizábal que estos derechos también son llamados como derechos de subsistencia porque abordan las condiciones materiales de subsistencia de las personas en entornos dignos.

Conviene destacar que el protocolo ofrece el mecanismo facilitador y habilitante para que “las personas accedan a una instancia internacional para la defensa de estos derechos, mediante la interposición de peticiones relacionadas con presuntas violaciones a los derechos del Pacto”³⁰⁵, lo que viene a fortalecer el marco jurídico sustantivo de aplicabilidad.

En otro orden de ideas, es interesante la discusión que se tiene sobre la exigibilidad y justiciabilidad de los DESC, ya que dependen en cierta medida del principio de progresividad y de las infraestructuras estatales sólidas para hacer material el goce de estos derechos. Al margen de esta cobertura, es observable que la voluntad política estatal procura la extensión de derechos y hacer llegar los beneficios a la gran mayoría de la población, gestionando la administración pública de los derechos programáticos.

Ahora bien, observamos que la pujanza sobre los derechos humanos tiene un paralelo con el impulso por el libre mercado, esta cercanía la vemos en las siguientes expresiones:

³⁰⁴ Mendizábal Chacón, Nuria Melani, “Diplomado: La Suprema Corte y los Derechos Humanos, Módulo VIII”, *Casas de la Cultura Jurídica SCJN*, en <https://www.youtube.com/watch?v=uMBSppWM890>, consultada el 13 de octubre de 2021.

³⁰⁵ Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, y su Protocolo Facultativo*, México, 2012, p. 5, en https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/7_Cartilla_PIDESCyPF.pdf, consultada el 15 de noviembre de 2021.

Samuel Moyn³⁰⁶ trae a colación una línea doctrinal que asume el surgimiento de los derechos humanos al mismo tiempo de la avanzada por el libre mercado en el año de 1970, como una fórmula moral y económica para homogenizar a las naciones con reglas uniformes sobre las que se pueda decidir en la esfera internacional; en otras palabras, para domesticar y civilizar bajo dichas pautas y con la premisa de una mejora en las condiciones de vida. Ambos sistemas comparten en común el estatismo desarrollista, la ideología de las libertades individuales, además del momento de gestación. Sin embargo, no se puede afirmar con fundamentos sólidos que “los derechos humanos fungen como una apología del capitalismo neoliberal”, pese a los elementos comunes y la trayectoria paralela; aun así, no deja de ser una posibilidad irracional donde se cree el virus y el antídoto de manera simultánea, u opere como antagonista uno del otro.

Los derechos tienen como uno de sus pilares las libertades, de tal manera que se logren los propósitos individuales de cada persona dirigidos hacia el pleno desarrollo y bienestar; aunque con el libre mercado quedan entredichas estas libertades. En la discusión investigativa que hemos recorrido en la tesis, percibimos las libertades contractuales un tanto restringidas en la fase de la negociación y conformación del contrato.

En este tenor, Michael Sandel³⁰⁷ al revisar las teorías libertarias en los límites del interés privado arguye que en la vida real actuamos por obediencia y no por libertad, en efecto, se cuestiona hasta qué punto somos libres en la toma de decisiones para la compraventa de mercancías en la trama del libre mercado, cuando se sabe que ya están determinadas las reglas del juego con una clara ventaja hacia las grandes empresas y una merma considerable en la barricada de las personas consumidoras. Además, la lógica de la maximización del bienestar es muy controvertida porque no supone un impacto positivo a las minorías o grupos vulnerables, ya que se aplica un criterio utilitario que contempla el beneficio para la

³⁰⁶ *cfr.* Moyn, Samuel, “Un compañero débil: los derechos humanos en la era del neoliberalismo”, en Ibarra Olguín, Ana María *et al.* (eds.), *Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, México, Suprema Corte de Justicia de la Nación, año VII, núm. 12, enero-junio, 2021.

³⁰⁷ *cfr.* Sandel, Michael, *op. cit.*, s. p.

mayoría, lo que también puede ser traducido como debilidades en los sistemas jurídicos y de administración pública. Por ello, con el derecho en acción se evalúan los casos a la luz de los avances y transformaciones socioeconómicas y políticas de las sociedades.

En nuestro análisis que ubica en el centro de la discusión a los consumidores, contemplados una vinculación entre los DESC, haciendo lectura de cada categoría de derecho como una dimensión que atañe a los consumidores. Cabe mencionar, que la dimensión ambiental pasa a sumarse a los DESC ahora como DESCA, es la siguiente generación a nivel de derechos de la colectividad.

4.1.1. Dimensión económica

Los derechos económicos se despliegan en una amplia gama de conexiones con otros derechos, cuya manifestación es fehaciente mediante el principio de la interdependencia. Desde la perspectiva de los derechos económicos se puede realizar un análisis sobre los enlaces existentes entre los consumidores y los aspectos económicos presentes en el sistema de economía de mercado.

En este proceder, Juan Cruz³⁰⁸ analiza los orígenes de los derechos económicos, encontrándolos en la propiedad privada, colectiva y estatal. Aunado a las libertades contractuales, de empresa y comercio. Por lo que encuentra la determinante económica en los puntos tocantes con la economía en general, o en áreas más específicas como la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Asimismo, reconoce que para comprender los derechos económicos y cómo se deben proteger, es necesario entender los cambios políticos y socioeconómicos.

En referencia a los puntos tocantes con la economía, prácticamente implica aludir a las diversas acciones que se realizan en el día a día, como: pagar servicios públicos, movilizarse, realizar compras de manera presencial o virtual, el

³⁰⁸ *cfr.* Cruz Parceró, Juan Antonio *et al.*, *Derechos económicos: una aproximación conceptual*, México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe y la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2019.

desempeño de una actividad laboral, y por supuesto, en el consumo cotidiano de la familia. En efecto, la economía debe funcionar de manera eficiente y dinámica, esto es, en el juego entre la oferta y la demanda debe persistir el máximo bienestar hacia los consumidores, quienes por antonomasia alimentan el sistema económico.

En esta línea argumental, resaltan los derechos de los consumidores como una categoría de la dimensión económica, estos requieren la protección frente a los agentes económicos que orbitan el sistema económico de mercado. Siendo así, los derechos económicos tienen un carácter patrimonial, por lo que se procura la maximización de los beneficios en las elecciones de compra, mismas que incluyan la protección del patrimonio de los consumidores, es decir, que no haya ningún tipo de detrimento en su patrimonio, mucho menos represente un costo económico injusto o abusivo.

El análisis precedente en la figura del consumidor refleja una fuerte vinculación con los derechos económicos porque el interés económico es una variable esencial al momento de examinar los derechos de los consumidores, frente a los abusos que pueden sufrir en las relaciones de consumo. Entonces, para evaluar cómo repercuten las decisiones judiciales y normativa jurídica, es preciso auxiliarse de la herramienta del análisis económico del derecho³⁰⁹, que toma insumos de las disciplinas: Derecho y Economía.

4.1.2. Dimensión social

Los derechos sociales son un conjunto de exigencias que los individuos o los grupos plantean a la sociedad y al Estado para que éstos les proporcionen los medios que hacen posible el disfrute de una existencia humana digna. Los derechos sociales implican obligaciones positivas para el Estado, como la salvaguarda del

³⁰⁹ *cfr.* García Sais, Fernando, *Estado, mercado y derecho*, México, Tirant lo blanch, 2014. Al respecto, refiere Francisco García que esta metodología de análisis permite explicar los costos y beneficios que generan un acto jurídico o normativo, a nuestro parecer en vinculación con la triada de la ley que pone en relieve los aspectos de eficacia, eficiencia y efectividad. Del cual, la eficiencia sería vista en términos de objetivos alcanzados hacia la maximización por el bienestar común, que es indisociable del aspecto económico.

derecho a la educación, derecho a la salud, derecho a la alimentación, derecho a la vivienda, derecho al trabajo y seguridad social.

Por ejemplo, los derechos a la salud y alimentación suelen ser derechos sensibles, porque el incumplimiento de estos puede llegar a repercutir gravemente. En cuanto a la salud en tiempos de pandemia, las autoridades rectoras tuvieron que regular la publicidad engañosa que prometía productos médicos milagrosos, también se observó un acaparamiento del mercado por algunos proveedores e individuos que implementaban esta técnica para luego desorbitar los precios de venta a los consumidores. Como resultado, el tema de salud en las agendas nacionales e internacionales retomó fuerza para la transformación de todo el aparato operativo que ahora concibe escenarios de emergencias sanitarias en su planificación.

Siguiendo el patrón sobre la forma manifiesta del derecho a la alimentación, este implica alimentos de calidad que cuenten con todas las medidas de soberanía y seguridad alimentaria y nutricional, entre ellas, el cumplimiento de normas técnicas obligatorias en materias de productos alimenticios, etiquetado nutricional, que haya disponibilidad de los productos, sea factible su acceso para consumo y aprovechamiento biológico de los alimentos. A nivel nacional, también garantiza mediante la producción nacional y las importaciones, la disponibilidad en el mercado para que los consumidores pueden acceder a ellos.

Con la Ley Federal de Protección al Consumidor se hace una transición a los derechos sociales, misma que se concibe en el artículo primero al indicar que la ley especial es de “orden público e interés social”. Según analiza Fernando García³¹⁰, de igual forma procura “igualar a quienes en la vida económica son desiguales” y tiene especial atención en la teoría del contratante débil, con la asimetría informativa. Cabe mencionar que el pensamiento capitalista entiende a la información como el eslabón de la cadena económica que otorga al consumidor los suficientes elementos para tomar decisiones racionales que maximicen sus utilidades, desechando de esta manera el desequilibrio y fallas del mercado.

³¹⁰ *cfr.* García Sais, Fernando, *Jurisprudencia del consumidor*, México, Tirant lo blanch, 2012.

La ley de PROFECO refleja un pensamiento hacia las políticas sociales que visualiza al Estado como regulador de las desigualdades sociales; en donde frente al liberalismo económico, el Estado deberá intervenir para garantizar que en el mercado existan condiciones favorables para los consumidores.

Es importante subrayar que los derechos de naturaleza social tienden a gestionarse por el sector público para la supervisión y control, aunque existen servicios privatizados del cual la protección a los consumidores debe estar presente y otorgar las garantías necesarias en caso de negligencias y reclamaciones sobre tales servicios y productos, en este último podemos citar el caso de la vivienda.

4.1.3. Dimensión cultural

La globalización invita al intercambio cultural desde diferentes vías, entre ellas mediante la publicidad que denota los diferentes patrones culturales existentes, lo que en algunos casos suele convertirse en símbolos de marca país, siendo fácilmente asimilada y comprendida en todo el espectro cultural que contiene. Otra forma de confluencia cultural está presente en el consumidor turista o migrante, al sumergirse en el ambiente cultural de un país distinto al propio.

Encontramos en el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la observancia hacia la participación en la vida cultural y en la producción científica, literaria o artística. Del mismo modo, en la Observación general No. 21 del Comité de DESC³¹¹ se desarrolla la decodificación del articulado mencionado, concibiéndose como “vida cultural”: “Carácter de la cultura como un proceso vital, histórico y evolutivo, que tiene un pasado, un presente y un futuro”.

En fin, la cultura se manifiesta de diversas formas, como la identitaria que subsume ideas, prácticas y actitudes. Esto se reafirma de la siguiente manera: *For human rights to have resonance for a person or for a community, for human rights*

³¹¹ Castañeda, Mireya, *Compilación de tratados y observaciones generales del sistema de protección de derechos humanos de Naciones Unidas*, México, Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2015, p. 185.

*to become part of people's thinking and vision, human rights have to be given cultural specificity, cultural context*³¹².

En efecto, la cultura deviene de la producción colectiva en un sistema de construcción histórica y común, misma que cobija diferentes manifestaciones, expresiones, símbolos, estilos de vida, tradiciones y creencias, por lo que se dice son representaciones materiales e inmateriales³¹³.

4.1.4. Dimensión ambiental

Acorde a la Comisión Nacional de los Derechos Humanos de México³¹⁴, el medio ambiente es un bien jurídico fundamental que se encuentra estrechamente ligado con demás derechos, ante el paralelismo entre la vida digna y alcance de un grado deseable de bienestar, y las condiciones necesarias para un medio ambiente sano. Anotaremos que a nivel del dispositivo constitucional mexicano del artículo 4, fracción 5, el Estado debe garantizar el respeto a este derecho, responsabilizando a quienes provoquen daño y deterioro ambiental.

María González³¹⁵ avizora la imperiosa necesidad de una nueva configuración de la economía hacia el desarrollo sostenible, misma que presente un intencionado equilibrio en el uso de los bienes naturales limitados y que opere bajo los principios de solidaridad colectiva; y del cual el Estado sea firme en la protección del medio ambiente y adopte una postura conmensurada con respecto al crecimiento económico, es decir, se actúe con una protección atemporal y holística del medio ambiente como bien jurídico esencial para la vida.

³¹² Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *Derechos culturales y derechos humanos*, México, 2018, p. 71. Traducción con soporte de Google Traductor: Para que los derechos humanos tengan resonancia para una persona o para una comunidad, para que los derechos humanos se conviertan en parte del pensamiento y la visión de las personas, se les debe dar una especificidad cultural, un contexto cultural.

³¹³ *cfr.* Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *Los derechos humanos culturales*, México, 2016.

³¹⁴ *cfr.* Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *El derecho humano al medio ambiente sano para el desarrollo y bienestar*, México, 2016.

³¹⁵ *cfr.* González Luna, María de los Ángeles, "El derecho humano al medio ambiente", en De los Santos Cruz, Miguel Ángel (coord.), *Temas de derechos sociales y ambientales*, México, Tirant lo blanch, 2021.

Lo anterior es evidente mediante los efectos nocivos del despliegue empresarial descomedido en los diferentes países que pueden ser ricos en recursos naturales, aunque con economías débiles, entonces con la globalización se presenta el modelo de la inversión extranjera directa y consigo la implantación de modelos de producción intensiva que genera ciertos tipos de contaminantes, mismos que devienen en aceleradores del cambio climático.

En este sentido, coincidimos que es precisa una transformación del formato económico hacia una firme protección del medio ambiente (recursos escasos y finitos), expresa en una producción y consumo sostenible. Ahora bien, referirse a los derechos humanos de los consumidores, nos obliga a abordar el valor de la dignidad humana.

4.2. Dignidad humana como paraguas de la tutela internacional de los derechos de los consumidores

En el contexto posterior a los conflictos postguerras, despertó la conciencia por la vida humana, razón que unió a diferentes Estados-naciones para evitar la repetición de tal catástrofe, y es así como se promulgada, el instrumento que en la actualidad se conoce como: la “Declaración Universal de los Derechos Humanos”. En el concierto de naciones, la declaración es concebida como un “ideal común”, “una aspiración más elevada”, que sigue siendo la piedra angular de un sinnúmero de normativas sobre los derechos humanos.

Observamos que se menciona en la declaración, la palabra “dignidad” en cinco ocasiones: dos en el preámbulo³¹⁶ y tres en el articulado. En el preámbulo se

³¹⁶ Naciones Unidas, Declaración Universal de los Derechos Humanos, en <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>, consultada el 28 de febrero de 2021. Considerando que la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana;... Considerando que los pueblos de las Naciones Unidas han reafirmado en la Carta su fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana y en la igualdad de derechos de hombres y mujeres, y se han declarado resueltos a promover el progreso social y a elevar el nivel de vida dentro de un concepto más amplio de la libertad.

destaca una equiparación entre la dignidad y los derechos humanos como la base del desarrollo. Luego, lo vemos en el artículo primero: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros”. Los otros dos momentos en donde se menciona el vocablo dignidad son en el artículo 22 y 23, en el primero se hace alusión a los derechos de naturaleza colectiva, es decir, los derechos económicos, sociales y culturales, además del derecho a la seguridad social; y en el artículo siguiente se aborda en lo relativo al derecho al trabajo para alcanzar una vida digna.

Sobre la dignidad refiere Víctor Campos³¹⁷, que es un concepto polisémico e incomprendido, que se suele entender de dos formas: como una posición de privilegios respecto a otros y como una cualidad de ser merecedor de respeto, esta última con un contenido filosófico-moral. Ahora bien, la dignidad cobra vida en el constructo social que atañe a la persona, permitiéndole la vida en sociedad porque establece los límites de respeto en la interacción con otros. En otras palabras, la dignidad es un atributo del ser humano y un valor moral fundante de otros derechos que propicia el respeto mutuo y, por consiguiente, el trato digno.

De modo similar, Julio Aldana y Josía Isea³¹⁸ observan que la dignidad es la base protectora de los derechos humanos y que ambos términos tienen una relación intrínseca. Asimismo, destacan que la dignidad es entendida desde la cultura social en la que está inmersa y funge como eje toral para la convivencia social, dado que en el orden jurídico y sociocultural se vuelve el referente para el bienestar poblacional. Este valor pasa por dos enfoques: uno que denominamos temporal en cuanto a la escala de tiempo presente y futuro, porque surge como un parámetro ideal para superar las condiciones y medios de vida de las personas hacia un desarrollo digno; y el enfoque de la gobernanza, bajo los Estados-nación que avocan sus esfuerzos y políticas públicas hacia la máxima de la dignidad y bienestar ciudadano, así como el fomento de las relaciones sociales en el marco del respeto.

³¹⁷ *cfr.* Campos Pedroza, Víctor, *Teoría pura de los derechos humanos*, México, Editorial Flores, 2018.

³¹⁸ *cfr.* Aldana Zavala, Julio Juvenal y Isea, Josía, “Derechos humanos y dignidad humana”, *Iustitia Socialis*, Venezuela, año III, vol. 3, núm. 4, enero-junio, 2018.

En otro sentido, para Francisco Díaz³¹⁹, la dignidad se asienta en el valor propio y específico de la persona, que además de ser un valor, lo considera como un derecho subjetivo de rango constitucional. Importante el aspecto que destaca sobre el cambio social, que en el autor anterior era visto desde una vigencia coyuntural; Díaz por su parte lo ve con un análisis prospectivo al destacar que: “el significado concreto de la dignidad puede variar; por ello, en cada momento histórico, el aludido "contenido mínimo" de los valores habrá de ser completado, permitiendo así la adaptación de su significado a las circunstancias cambiantes; para ello será necesario tener en cuenta la realidad social y el significado socialmente admitido, esto es, el "consenso social" sobre el contenido de los valores”³²⁰.

En la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos encontramos en el artículo primero la preeminencia que se da a los derechos humanos y ante ello, los mandatos a los que está obligado el Estado. Seguido, en el último párrafo aparece la dignidad humana como el marco referencial máximo ante situaciones de discriminación de alguna índole.

Dentro de este marco, se asocia el respeto y la igualdad como derechos y manifestaciones hacia un trato digno. Para mejor entender, en la obra de Herbert Hart sostiene que el principio general de las ideas de justicia es que “los individuos tienen derecho, entre sí, a una cierta posición relativa de igualdad o desigualdad”³²¹, mismo que se concibe para mantener un equilibrio, al tratar a los casos semejantes de la misma manera y a los diferentes de diferente manera. La base de la justicia es que los seres humanos deben ser tratados con igualdad. Es por ello que en la distribución de cargas y beneficios entre los individuos, se puede observar la justicia o injusticia de la norma jurídica. La importancia que se da a la moral se destaca por

³¹⁹ Díaz Revorio, Francisco Javier, “Dignidad humana, fundamentación de los derechos y derechos de la naturaleza”, en Ibarra Olgún, Ana María *et al.* (eds.), Revista del Centro de Estudios Constitucionales, México, Suprema Corte de Justicia de la Nación, año VII, núm. 12, enero-junio, 2021. De igual forma, Diana Sayago concibe la dignidad como un rango distintivo del que es poseedor todo ser humano, siendo en el ordenamiento jurídico: principio, medio y fin. Sayago Armas, Diana, *Dignidad y Derecho*, Valencia, Tirant lo blanch, 2021.

³²⁰ *Ibidem*, p. 147.

³²¹ Hart, Herbert, *El Concepto del Derecho*, Argentina, Abeledo-Perrot S.A., 1961, p. 198.

los límites del interés privado en las relaciones con otros y el papel de la presión social por una conducta convencional. Aunque no se exprese explícitamente la dignidad al estudiar la justicia, definitivamente la concibe al promulgar los límites entre los congéneres, que sería el respeto mutuo en términos de un trato digno.

En contraste a la visión de Hart, Michael Sandel³²² postula la triada bienestar-libertad-y-virtud, como ideales para concebir la justicia, en donde también estudia las teorías libertarias de la acción del individuo, siempre y cuando no afecte los intereses de otro, de igual forma, ve la virtud como una cualidad del carácter que contribuye a una buena sociedad; pareciera existir cierta contradicción al tener presente la libertad, pero por ello, se suma la virtud como ingrediente regulador del actuar humano. Nos llama mucho la atención la reflexión que hace Sandel al citar a Kant para destacar el respeto por la humanidad, de la siguiente manera: “La justicia requiere que respetemos los derechos humanos de cualquier persona, viva donde viva o la conozcamos poco o mucho, simplemente porque es un ser humano, capaz de servirse de la razón y, por lo tanto, digna de respeto”³²³.

Llegado a este punto, la dignidad es el valor por antonomasia de la persona humana, funda el ser merecedor de respeto para lo cual se instauran los límites entre los derechos de terceros, como mecanismos de orden jurídico y sociocultural, que permite el desarrollo integral de la persona y bienestar común.

En nuestra concepción capitular, concebimos sustancial abordar aspectos de los derechos humanos y la dignidad de la persona, haciendo las acentuaciones en la transversalidad con la figura del consumidor. Para luego continuar nutriendo el análisis y fundamentación para la tutela internacional de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico.

En este sentido, a continuación, veremos otros aspectos de las relaciones de consumo por la vía electrónica que vulnera y encasilla al consumidor en el débil jurídico de la relación:

³²² *cf.* Sandel, Michael, *op. cit.*, s. p.

³²³ *Ibidem*, p. 194.

4.3. Garantía de la seguridad jurídica en contraste con la buena fe comercial en la parcela consumeril

Antes de estudiar con mayor detenimiento la seguridad jurídica y la buena fe comercial, haremos una mención a la autonomía de voluntad en las relaciones de consumo, ya que la consideramos como la punta de lanza para que se efectúen estos actos de comercio.

En correspondencia, encontramos en la Tesis aislada 1a. CDXXV/2014 (10a.)³²⁴, la expresión de la autonomía de voluntad como principio de rango constitucional:

A consideración de esta Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, el principio de autonomía de la voluntad goza de rango constitucional y no debe ser reconducido a un simple principio que rige el derecho civil. Así las cosas, el respeto del individuo como persona requiere el respeto de su autodeterminación individual, por lo que si no existe libertad del individuo para estructurar sus relaciones jurídicas de acuerdo con sus deseos, no se respeta la autodeterminación de ese sujeto. Aunado a lo anterior, el principio de autonomía de la voluntad tiene reflejo en el derecho de propiedad y en la libertad de contratación, la cual también es un elemento central del libre desarrollo de la personalidad, y en cuya virtud las partes de una relación jurídica son libres para gestionar su propio interés y regular sus relaciones, sin injerencias externas.

Ciertamente la autodeterminación tiene su esencia en la “libertad y facultad racional”³²⁵ para tomar decisiones sobre acciones a emprender o no hacer, las que se deben sujetar a las leyes positivas. Con esto en mente, la libertad de contratación es la expresión en que los consumidores manifiestan la facultad de elección sobre los productos y servicios que convengan a sus intereses y deseos.

Diego Robles³²⁶ aborda la voluntad como el elemento creador de relaciones jurídicas obligatorias. A tal efecto, entiende la autonomía de la voluntad como el poder de autogobierno o auto soberanía apegado a las leyes, donde además no se puede trasgredir el orden público, la moral ni las buenas costumbres.

³²⁴ Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008086, Materia Constitucional, t. I, diciembre de 2014, p. 219.

³²⁵ Contreras Bustamante, Raúl y De la Fuente Rodríguez, Jesús (coords.), *Diccionario Jurídico*, México, UNAM, Tirant lo blanch, 2019, p. 237.

³²⁶ *cfr.* Robles Farias, Diego, *Teoría general de las obligaciones*, México, Tirant lo blanch, 2022.

De acuerdo con Thomas Gutmann³²⁷ al referirse sobre la tradición kantiana, asimila la autonomía en estrecha vinculación con la dignidad, al ser un valor absoluto que entraña respeto y descansa sobre el derecho de autodeterminación como manifestación de la libertad, aunque es una libertad limitada con respeto a terceros y en general, a las normas racionales. En línea con este análisis filosófico kantiano, Cornelius Castoriadis³²⁸ concibe la autonomía como una aptitud hacia el autogobierno, que a su vez discierne como la autonomía política en la toma de decisión, cuyo significado se magnifica en una sociedad autónoma. Entonces, percibe el nacimiento de la autonomía en los terrenos de la política, filosófica y antropología, porque implica un continuum social del sujeto y sus cambios, donde confluye el constructo social y la capacidad de introspección en el momento de la auto reflexión.

Entonces, la voluntad es la predisposición innata correspondiente a las proyecciones y necesidades del sujeto, lo que conlleva un actuar ajustado a un marco jurídico y sociocultural. Desde esta óptica, la autonomía de voluntad como elemento de la libre contratación, implica la confluencia de pretensiones por las partes contratantes en un plano de condiciones acordadas y aceptadas por estos. La particularidad en el caso del consumidor como parte, es que estas condiciones no pasan por el tamiz de la negociación, sino que son predeterminadas y en una modalidad “tómalo o déjalo”, superando para el consumidor, la necesidad de la adquisición del bien o servicio, por lo que se da un salto en esta fase, que es clave para una contratación justa, equilibrada y en condiciones de igualdad.

Bajo este esquema, observamos la tesis aislada que señala: LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. SOLO ES APLICABLE A LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES³²⁹. Siendo la norma

³²⁷ *cfr.* Gutmann, Thomas, “Dignidad y autonomía. Reflexiones sobre la tradición kantiana”, trad. de Carlos Emel Rendón, *Estudios de filosofía*, núm. 59, enero-junio, 2019.

³²⁸ *cfr.* Adams, Suzi, *Cornelius Castoriadis, Key concepts*, London, Bloomsbury, 2014. *cfr.* Tovar-Restrepo, Marcela, *Castoriadis, Foucault and autonomy. New approaches to subjectivity, society, and social change*, London, Continuum studies in continental philosophy, 2012.

³²⁹ Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Octava Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 221091, Materia Civil, t. VIII, diciembre de 1991, p. 241.

de derecho social y con un régimen jurídico singular que, a la luz de los principios de igualdad entre las partes, de libertad de contratación y de autonomía de voluntad procura “igualar a quiénes en la vida económica son desiguales”.

Las cláusulas o condiciones generales que se contemplan en los contratos pueden representar un mecanismo de seguridad jurídica, al establecer las reglas con las que se regulará el acto de consumo. Siempre y cuando exhiban normas neutras y equilibradas en cuanto a la asunción de responsabilidades. Esto brinda un grado de certeza y confianza en la contratación y es por ello, que en la contratación electrónica se puja por impulsar la seguridad y la confianza en las plataformas virtuales de contratación.

Refiere Juan Rodríguez³³⁰ sobre la experiencia europea que para estimular la confianza se requieren diferentes servicios para este cometido, engarzado en el principio del reconocimiento mutuo de la identificación electrónica en las transacciones a nivel transfronterizo, requisito necesario por el carácter inmaterial o intangible de las operaciones que ocasiona desconfianza en el usuario al no poder garantizar con prelación el tipo de mercadería adquirida, así como otros problemas colaterales, según expresa Rodríguez³³¹:

La delimitación de responsabilidades entre los distintos sujetos intervinientes, la incertidumbre acerca de la validez y eficacia de las transacciones que se producen vía electrónica, los inconvenientes relativos a la perfección y prueba de los contratos celebrados por este medio, la dificultad para determinar la ley y la jurisdicción aplicables en caso de litigio como consecuencia de la naturaleza transfronteriza tradicionalmente anudada a este tipo de comercio o la complejidad que supone el acceso en condiciones óptimas de seguridad a servicios en línea públicos y privados, obstaculizan, a menudo, el desarrollo integral de esta nueva modalidad electrónica.

Los retos de la contratación electrónica son descritos de manera muy acertada por Rodríguez, a esto se suma la complejidad del internet que, por su

Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 201604, Materia Civil, t. IV, agosto de 1996, p. 475.

³³⁰ Rodríguez Ayuso, Juan Francisco, “Servicios de confianza en materia de transacciones electrónicas. El nuevo reglamento europeo 910/2014”, en Pérez Gallardo, Leonardo B. (coord.), *Contratación electrónica y protección de los consumidores, una visión panorámica*, Madrid, Reus, 2017.

³³¹ *Ibidem*, p. 135.

amplia liberalidad, no puede ser controlable hasta el punto de reducir el riesgo de una contratación con proveedor simulado o inexistente.

El análisis precedente, nos hace pensar en la buena fe de las partes, siendo elemento esencial de las obligaciones contractuales porque trae consigo una imagen de transparencia y honestidad³³² entre las partes, por la cual es factible un grado de confianza para poder llevar a cabo la relación comercial y de consumo.

Para la formación contractual, la buena fe y la lealtad negocial es una obligación implícita³³³ en los contratos, es decir, es un deber que no se puede excluir en la contratación internacional. Además, cobra mayor relevancia cuando las partes no tienen la posibilidad de conocerse o comprobar la identidad respectiva de los contratantes, situación común en el comercio internacional.

Diego Robles³³⁴ desarrolla con profundidad las implicaciones de la buena fe y la lealtad negocial. En la narrativa sobre el principio explica que en un inicio se percibían las partes como iguales, aunque luego fueron reconociendo que no existe la igualdad absoluta y en la relación contractual, una de las partes tiende a representar el débil jurídico; esto conllevó a que el Estado interviniera para proteger la parte más débil.

Por otra parte, el principio debe manifestarse en las diferentes etapas: negociación, formación y ejecución de los contratos. O sea, la intención con la cual se inician conversaciones debe denotar buena intención, cooperación³³⁵, claridad

³³² Tesis aislada I.5o.C.46 C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2004287, Materia Civil, t. III, agosto de 2013, p.1699. En la tesis aislada se habla de honestidad llevada al terreno jurídico.

³³³ *cfr.* Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), Principios, en <https://www.unidroit.org/spanish/principles/contracts/principles2016/principles2016-blackletter-s.pdf>, consultada el 10 de mayo de 2022.

³³⁴ *cfr.* Robles Farías, Diego, *Derecho contractual internacional*, México, Tirant lo blanch, 2021, pp. 201-212.

³³⁵ La implicación de una conducta de cooperación y de generación de confianza entre los contratantes es abordada en la siguiente tesis. Tesis aislada I.5o.C.51 C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2004286, Materia Civil, t. III, agosto de 2013, p.1698. “La buena fe exige en los sujetos una positiva actitud de cooperación y generación de confianza en las propias manifestaciones de voluntad, aun las emitidas a través de un sujeto diverso, que si bien tiene personalidad propia conforme a la regulación legal, ha cedido su aptitud

en la presentación de pretensiones, así como cooperación para aportar información clave que permita la toma de decisiones razonadas. Luego, hacia el deber de honrar lo pactado y actuar con la debida diligencia, que no ocasione una repercusión en el patrimonio del otro por razones sobrevenidas no contempladas u omitidas, para lo cual, la interpretación del contrato *a posteriori* invita a la evaluación del caso a la luz de la Teoría de la imprevisión (*Hardship*)³³⁶, como un tipo de salvaguarda en materia mercantil que permite renegociar el contrato cuando una parte se encuentra en desventaja por situaciones o eventos acaecidos fuera de las previsiones iniciales.

para obligarse y decidir motu proprio, a quien por ser su creador ejerce un control sobre su persona; manteniéndose de ese modo la palabra empeñada, y trascendiendo dicho principio como un límite para el ejercicio de los derechos subjetivos involucrados. Así se estima porque todo derecho que la norma confiere a sus destinatarios, debe ejercitarse con moderación y prudencia, sobre todo cuando choca con intereses contrarios; de modo que la buena fe sólo opera en las relaciones intersubjetivas, en tanto pueda asumirse que uno de los sujetos no puede esperar del otro una conducta perjudicial a los intereses manifestados y concretados conforme a la propia ley, es decir, debe actuarse con una lealtad contractual”.

336 Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), Principios, en <https://www.unidroit.org/spanish/principles/contracts/principles2016/principles2016-blackletter-s.pdf>, consultada el 10 de mayo de 2022. Ver Sección 2: Excesiva onerosidad (*Hardship*). Artículo 6.2.1. Cuando el cumplimiento de un contrato llega a ser más oneroso para una de las partes, esa parte permanece obligada, no obstante, a cumplir sus obligaciones salvo lo previsto en las siguientes disposiciones sobre “excesiva onerosidad” (*hardship*). Artículo 6.2.2. Hay “excesiva onerosidad” (*hardship*) cuando el equilibrio del contrato es alterado de modo fundamental por el acontecimiento de ciertos eventos, bien porque el costo de la prestación a cargo de una de las partes se ha incrementado, o porque el valor de la prestación que una parte recibe ha disminuido, y: (a) dichos eventos acontecen o llegan a ser conocidos por la parte en desventaja después de la celebración del contrato; (b) los eventos no pudieron ser razonablemente tenidos en cuenta por la parte en desventaja en el momento de celebrarse el contrato; (c) los eventos escapan al control de la parte en desventaja; y (d) el riesgo de tales eventos no fue asumido por la parte en desventaja. Artículo 6.2.3. (1) En caso de “excesiva onerosidad” (*hardship*), la parte en desventaja puede reclamar la renegociación del contrato. Tal reclamo deberá formularse sin demora injustificada, con indicación de los fundamentos en los que se basa. (2) El reclamo de renegociación no autoriza por sí mismo a la parte en desventaja para suspender el cumplimiento. (3) En caso de no llegarse a un acuerdo dentro de un tiempo prudencial, cualquiera de las partes puede acudir a un tribunal. (4) Si el tribunal determina que se presenta una situación de “excesiva onerosidad” (*hardship*), y siempre que lo considere razonable, podrá: (a) resolver el contrato en fecha y condiciones a ser fijadas; o (b) adaptar el contrato con miras a restablecer su equilibrio.

Retomando el hilo analítico de Diego Robles³³⁷, considera la buena fe objetiva, a aquella que exhibe un estándar de conducta en el marco legal, moral y de las buenas costumbres; pero a que su vez opera en una correspondencia de intereses múltiples: los propios, de la contraparte y de la sociedad en general. Esto último, en vista de que las relaciones de consumo pueden implicar una problemática o beneficio que atañe a la colectividad.

Desde otra perspectiva, Mario Muñoz³³⁸ aborda la *fides bona* como una concepción basada en la *fides*, de origen religioso y que durante la época romana implicó contratar con personas no ciudadanas, con quienes se le daba valor a la palabra empeñada en vista de las limitaciones que tenían al no ser acreedores de derechos civiles y políticos. En la actualidad, la buena fe implica asumir un comportamiento honesto, leal y socialmente aceptado hacia el bienestar mutuo. La concepción contemporánea es coincidente con lo planteado por los autores anteriores y en la configuración del comercio internacional.

Por las razones antes mencionadas, en la relación jurídica con los consumidores, las empresas o proveedores deben actuar con buena fe y lealtad comercial, procurando el respeto de los intereses mutuos y obrando de manera cooperativa ante las pretensiones de los consumidores bajo presupuestos razonables. Y, sobre todo, reconociendo que, por la facultad de predisposición de los términos y condiciones contractuales, deben inclinarse hacia relaciones balanceadas y justas.

4.4. Protección del consumidor vulnerable en la contratación electrónica internacional

La vulnerabilidad reside en el estado físico y mental, así como la condición y posición de estatus socioeconómico del que es patente el consumidor. En algunos casos, la vulnerabilidad puede ser vencible mediante alternativas que apuestan por

³³⁷ *cfr.* Robles Farías, Diego, *op. cit.*, pp. 201-212.

³³⁸ *cfr.* Muñoz Agredo, Mario Fernando, *La libertad de contratación y sus límites en el estado social de derecho*, Madrid, Universidad Carlos III, 2020, pp. 203-207.

el empoderamiento, como puede ser la educación e información al consumidor; pero en otros casos, no se puede superar el grado de dependencia y carencia de control o poder en el entramado económico.

Stacey Beker *et al.*³³⁹ traen a colación qué se entiende por vulnerabilidad del consumidor.

Consumer vulnerability is a state of powerlessness that arises from an imbalance in marketplace interactions or from the consumption of marketing messages and products. It occurs when control is not in an individual's hands, creating a dependence on external factors (e.g. marketers) to create fairness in the marketplace. The actual vulnerability arises from the interaction of individual states, individual characteristics, and external conditions within a context where consumption goals may be hindered and the experience affects personal and social perceptions of self.

Por ende, al definirse como un “estado”, dicha posición es dinámica dado que puede cambiar y renovarse, pero no es exclusiva de vencerse por la acción del consumidor con solo tener suficiente información en la materia. También requiere de un entorno facilitador que reivindique la posición del consumidor en la economía.

En esta sintonía, observamos la Tesis jurisprudencial P./J. 97/2005³⁴⁰, en la cual se desprende que los consumidores se encuentran en desventaja frente a los proveedores que conforman la parte dominante en la relación comercial, entre otros razonamientos por lo que se crea la PROFECO, que tiene como propósito la protección de los “derechos e intereses del consumidor, procurando la equidad y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores, para evitar que acepte relaciones jurídicas injustas”.

³³⁹ Menzel Baker, Stacey *et al.*, “*Consumer Vulnerability: Foundations, phenomena, and future investigations*”, en Hamilton, Kathy *et al.* (eds.), *Consumer Vulnerability: Conditions, contexts and characteristics*, New York, Routledge, 2016, p. 38. Traducción con soporte Google: La vulnerabilidad del consumidor es un estado de impotencia que surge de un desequilibrio en las interacciones del mercado o del consumo de mensajes y productos de marketing. Ocurre cuando el control no está en manos de un individuo, creando una dependencia de factores externos (p. ej., marketers) para crear equidad en el mercado. La vulnerabilidad real surge de la interacción de los estados individuales, las características individuales y las condiciones externas en un contexto donde los objetivos de consumo pueden verse obstaculizados y la experiencia afecta las percepciones personales y sociales de uno mismo.

³⁴⁰ Tesis jurisprudencial, P./J. 97/2005, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Pleno, Registro 177519, Materia Administrativa, t. XXII, agosto de 2005, p. 7.

Para Jonathan Stearn³⁴¹, la vulnerabilidad del consumidor se acrecienta por las fallas del mercado en conjugación con las circunstancias personales de los consumidores y las posibilidades de acceso y disponibilidad que se propicien bajo los cánones estatales. En este sentido, es necesario una serie de acciones tutelares que incluyen medidas como, la promoción del ahorro y récord crediticio para optar a mejores precios en las plataformas digitales, mismas que satisfagan las necesidades de bienes y servicios con una eficiente relación costo-beneficio. Lo anterior es de doble vía, dado que no basta solo el fortalecimiento en las capacidades y conocimiento del consumidor sino también de un ecosistema estructural protector que nazca de los Estados y se vea reflejado en los mercados.

Sumado a los caracteres anteriores, Eréndira Salgado³⁴² menciona que la autonomía de voluntad llega a ser inexistente cuando la parte representada por el consumidor es débil, en cuanto a sus propias facultades a nivel subjetivo, esto quiere decir su bagaje sociocultural. Además, se torna todavía más complejo, en la posibilidad de concretar un poder de negociación hacia la libre contratación en igualdad.

En cuanto a la garantía de la igualdad jurídica, se desprende de la Tesis jurisprudencial 1ª./J. 101/2005, PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. EL ARTÍCULO 1o. DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, QUE ESTABLECE SU OBJETO Y REGULA LOS PRINCIPIOS BÁSICOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, NO TRANSGREDE EL ARTÍCULO 13 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL³⁴³. La tesis advierte la posibilidad de “establecer grupos de sujetos conforme a la particular situación” (caso concreto), siempre y cuando no se refiera a personas nominalmente designadas, sino que opere bajo la figura de una colectividad investida de las características de generalidad, abstracción, impersonalidad y permanencia. Esto va

³⁴¹ *cfr.* Stearn, Jonathan, “Consumer vulnerability is market failure”, en Hamilton, Kathy *et al.* (eds.), *Consumer Vulnerability: Conditions, contexts and characteristics*, New York, Routledge, 2016.

³⁴² *cfr.* Salgado Ledesma, Eréndira, *op. cit.*, pp. 1053-1055.

³⁴³ Tesis jurisprudencial, 1a./J. 101/2005, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Primera Sala, Registro 177528, Materia Constitucional y Administrativa, t. XXII, agosto de 2005, p. 138.

a tono con las acciones colectivas que denotan elementos comunes para los integrantes de la colectividad.

A su vez, en la Tesis I.7o.C.153C³⁴⁴ se establece la naturaleza protectora y de mandato constitucional que se tiene con respecto a los consumidores, sustentado en los principios de equidad y seguridad jurídica para las partes de la relación de consumo. Afirma que el principio de autonomía de voluntad no tiene la misma presencia que existe en los campos civil y mercantil, sino que bajo la política social constituye una norma protectora de los derechos de los consumidores. Esto se ve reflejado en los casos “cuando surjan conflictos entre proveedores y consumidores debe privilegiarse la aplicación de las normas protectoras cuando sean incompatibles con las normas civiles y mercantiles, con el propósito de prevenir abusos en las relaciones de consumo cuyos conflictos deba resolver la autoridad judicial en su ámbito de competencia”.

Recapitulando, la existencia de relaciones de consumo disímiles desde la misma configuración del mercado, la estructura estatal tutelar y las circunstancias particulares de los consumidores, crean la mezcla de situaciones que fijan al consumidor como vulnerable, ante la cual los criterios jurisprudenciales como parte del derecho en acción, privilegian la aplicación de normas protectoras.

Encontramos una postura diferente con Ángel Carrasco³⁴⁵, quien explica la vulnerabilidad y el consumo como vertientes de diferente caudal, señala sobre el primero que esta se entiende como la contramedida a la pobreza, un “derecho paliativo de la pobreza” y el consumo *per se* es correspondiente al consumidor con capacidad de compra, es decir, una renta excedente que va más allá del margen de la subsistencia. Por ende, la protección en el derecho de consumo contempla el cúmulo de derechos asociados, como: el derecho a la información, derecho a la protección de los intereses económicos, entre otros mencionados en capítulos anteriores. Entonces, es la protección del sujeto consumidor facultado económicamente para interactuar en el mercado.

³⁴⁴ Tesis aislada, I.7o.C.153, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Primer Circuito, Registro 163370, Materia Civil, t. XXXII, diciembre de 2010, p. 1755.

³⁴⁵ *cfr.* Carrasco Pereira, Ángel, “Consumidores vulnerables”, *Otros sí*, España, núm. 8, 2021, pp. 42-43.

Ante las diferentes tesis de los autores en comento, adoptamos una posición que reconoce los diferentes estadios de la vida y las posibilidades cambiantes en los medios y condiciones de vida de las personas consumidoras, lo abrazamos como el camino hacia el bienestar común, para el cual los Estados deben establecer leyes y políticas públicas que permitan la fecundidad de este cometido. Es decir, no podemos simplemente aceptar una disociación entre la vulnerabilidad y el consumo, cuando es una realidad que viven con mayor frecuencia los consumidores a nivel global, misma que amerita el privilegio de normas de protección superior.

Además, según desarrollo de las secciones previas, el consumo es eje esencial para la vida, por ello, aún en rangos de pobreza representados en la mayoría mundial, la protección de los derechos de los consumidores en un sistema de economía global es imperativa por dos razones: el tipo de vulnerabilidad (vulnerabilidad socioeconómica) y por el contexto dominante (contratación electrónica internacional). En ambos campos se pueden accionar mecanismos y legislaciones tutelares para superar esta problemática.

Ahora bien, la vulnerabilidad por motivos de la contratación en línea suma otro nivel de complejidad para los consumidores vulnerables. Abel Veiga³⁴⁶ lo describe de la siguiente manera: “Vulnerabilidad que, además, puede hacerse y evidenciarse más persistente y crónica en todo lo que es el consumo online, desde la misma publicidad online como en aquellos contratos de consumo online en los que el vulnerable, está, in potentia, más expuesto a la indefensión y al desconocimiento del calado exacto de sus obligaciones y deberes”.

Por otra parte, en el mundo de la sociedad de la información se presentan diversos riesgos al transar virtualmente, entre ellos: la suplantación de identidad, delitos cibernéticos y la certeza o confianza para contratar con la parte proveedora que puede o no existir, y en caso positivo no cumplir las condiciones de entrega en los términos establecidos u otro tipo de situación, ante la que el consumidor ve afectado su patrimonio por no recibir la mercancía comprada.

³⁴⁶ Veiga Copo, Abel, *Consumidor Vulnerable*, España, Editorial Aranzadi, 2021, s. p.

Por consiguiente, ante los retos presentes en la contratación electrónica que realiza el consumidor vulnerable, la protección institucional debe adaptarse a estas nuevas necesidades y ponderar con una protección superior a los consumidores. Dado que la vulnerabilidad estará presente ante la exposición de información sensible como los datos privados y en el marco de la buena fe y lealtad negocial, del cual no se puede siempre asegurar la fiabilidad en la parte proveedora; aunado a las características y antecedentes propios del consumidor, lo deseable es que se alcance un nivel en que el consumidor pueda actuar de manera activa e informada.

4.5. Autorregulación o correulación de las relaciones de consumo en la era digital

Desde hace un par de décadas hemos escuchado la terminología de la autorregulación como la fórmula implementada con preferencia por los actores privados, en especial, las sociedades mercantiles o empresas. La autorregulación surge como respuesta a las demandas sociales y políticas que requieren medidas de control y rendición de cuenta del quehacer empresarial; la justificación surge del claro impacto del despliegue empresarial.

Para Santiago Botero³⁴⁷, la doctrina aborda diferentes tipos de autorregulación, dentro de las cuales destacamos: la autorregulación pura y la autorregulación regulada. La primera compete plenamente a la empresa, es decir, toda la programación y codificación interna se genera en el seno de la misma empresa, actuando el agente económico como líder responsable de la integración a su sistema empresarial. Mientras tanto, en el segundo tipo o doble regulación, se presenta el poder estatal como un aliado en la representación y tutela del interés público, por lo que existe un relacionamiento de doble vía y sin llegar a traspasar los límites de la libertad de empresa, pero aportando activamente mediante esta faceta.

³⁴⁷ Botero Gómez, Santiago, *Las empresas transnacionales y los derechos humanos*, México, Tirant lo blanch, 2019.

En este mismo sentido, David López³⁴⁸ expresa cómo se está dando el tránsito de la autorregulación pura a la autorregulación regulada, autorregulación mixta o corregulación, porque hace partícipe al Estado y de esta manera se suple el factor dubitativo sobre la autodisciplina sin *accountability* o como el mejor representante de los intereses de los consumidores. Asimismo, expone las ventajas del sistema de autorregulación³⁴⁹:

Voluntariedad, lo que facilita considerablemente su aplicación práctica y su cumplimiento sin necesidad de intervención e imposición de los poderes públicos; flexibilidad; especialización; favorecer el desarrollo de estándares que garantizan elevados niveles de corrección; transparencia; prevención de infracciones, en el ámbito reglamentado, sobre todo si se dispone de mecanismos de valoración previa por ejemplo, en nuestro caso, de la publicidad interactiva antes de su emisión o difusión; bajo coste en diferentes ámbitos, cual es, por ejemplo, en los procedimientos por infracciones; el hecho de cubrir eventuales lagunas de carácter legal; y fácil acceso. Por último, aunque no por ello menos relevante, es preciso tener en cuenta las ventajas de ahorro de tiempo y de recursos jurídicos y económicos para los poderes públicos que puede conllevar la potenciación de estas técnicas de autorregulación en los diferentes modelos de protección al consumidor. Y ello porque, además de este plus de protección en que se traducen todas estas técnicas para el consumidor, puede ayudar a liberar al propio sistema jurídico-público de los costes de la regulación.

Reflexionamos que las ventajas son en primer orden para las empresas, razón que impulsa los mecanismos internos de autorregulación; seguido por el sistema jurídico-público que opera a través de las instituciones estatales encargadas de regular la economía; luego como un reflejo de este entorno facilitador; el consumidor gozaría de una protección de sus derechos.

Estas ventajas se encuentran alineadas con la normativa de la OCDE³⁵⁰ sobre la autorregulación de la industria, que a nuestro entender describe esta acción

³⁴⁸ *cfr.* López Jiménez, David, “Los códigos de conducta como instrumento de protección del consumidor y usuario en materia de comercio electrónico”, *Anales de la Facultad de Derecho*, núm. 26, diciembre, 2009.

³⁴⁹ *Ibidem*, p. 194.

³⁵⁰ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, “Industry self-regulation: Role and use in supporting consumer interest”, *Digital Economy Papers*, París, núm. 247, 2015, p. 11, en <https://doi.org/10.1787/5js4k1fjqkwh-en>, consultada el 5 de mayo de 2022. *Concerns groups of firms in a particular industry or entire industry sectors that agree to act in prescribed ways, according to a set of rules or principles. Participation by firms in the groups is often voluntary, but could also be legally required. The groups can*

como un acuerdo sobre la actuación empresarial, con base en un marco regulador voluntario y autoimpuesto, acorde a la visión del negocio. A su vez este opera como un sistema que tiene todo un ciclo vivo de *performance*, donde de manera técnica y operativa evalúa y asegura su cumplimiento; pudiendo trabajar con la contraparte estatal por medio del mecanismo de la correulación.

Por último, Robert Baldwin³⁵¹ aporta un pensamiento sobre la autorregulación: “*Self-regulation can be seen as taking place when a group of firms or individuals exerts control over its own membership and their behaviour*”, circunscribiéndose de esta manera al fuero de la autonomía privada. Nos permitimos poner de relieve la perspectiva de la autorregulación eficiente que ofrece Moisés Rejanovinski³⁵², vista como reglas superiores al marco legal, además agrega que este sistema autorregulador puede componerse con instrumentos de

be wholly responsible for developing the self-regulatory instruments, monitoring compliance and ensuring enforcement, or they can work with government entities and other stakeholders in these areas, in a co-regulatory capacity. Co-regulation can be seen as being part of the continuum between self-regulation and government regulation. Self-regulatory schemes entailing some degree of government involvement are common; the level of involvement, however, can vary significantly among schemes. As described later, government can play a variety of roles in encouraging and interacting with self-regulatory schemes even outside of a co-regulatory model. Traducción con soporte Google: Se refiere a grupos de empresas de una industria en particular o de sectores industriales completos que acuerdan actuar de manera prescrita, de acuerdo con un conjunto de reglas o principios. La participación de las empresas en los grupos suele ser voluntaria, pero también podría ser un requisito legal. Los grupos pueden ser totalmente responsables de desarrollar los instrumentos de autorregulación, monitorear el cumplimiento y asegurar el cumplimiento, o pueden trabajar con entidades gubernamentales y otras partes interesadas en estas áreas, en una capacidad de correulación. La correulación puede verse como parte del continuo entre la autorregulación y la regulación gubernamental. Los esquemas de autorregulación que implican cierto grado de participación del gobierno son comunes; el nivel de participación, sin embargo, puede variar significativamente entre esquemas. Como se describe más adelante, el gobierno puede desempeñar una variedad de roles para alentar e interactuar con esquemas de autorregulación incluso fuera de un modelo de correulación.

³⁵¹ Baldwin, Robert *et al.*, *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice*, 2a. ed., New York, Oxford University Press, 2012, p. 137. Traducción propia: La autorregulación puede ser vista como algo que ocurre cuando un grupo de empresas o personas ejerce control sobre sus propios miembros y su comportamiento.

³⁵² *cfr.* Rejanovinski Talledo, Moisés, “Protección al consumidor y propuesta estatal en autorregulación privada y procedimientos administrativos: una aproximación inicial”, *Ius et veritas*, núm. 54, julio, 2017.

tipo normativo, declarativo y resolutivo; podríamos decir que son normas no estipuladas en el marco legal y que van más allá de la regulación imperativa.

Entonces, la presencia del Estado es menester por la regulación que ejerce sobre el comercio y en su atribución sobre la conducción de la economía del país, que debe procurar el interés de la sociedad, del cual los consumidores son los sujetos activos y receptores de los productos y servicios que se ofertan en el mercado, esto lo podemos sostener con basamento en el precepto constitucional del artículo 28 y afirmar con la Tesis aislada: COMERCIO, DERECHO DEL ESTADO PARA ESTABLECER LIMITACIONES A LA LIBRE CONCURRENCIA³⁵³.

Con base en lo anterior encontramos que la autorregulación emanada de la empresa; es una normativa de derecho suave, de aplicación correspondiente a un modelo de negocio específico, que surge de la misma iniciativa empresarial y con un campo de acción restringido a los intereses comerciales del negocio. Este contexto, nos permite inclinarnos por la tipología de la correulación como una medida que supere las carencias de la autorregulación y complementa con el Estado para conciliar los intereses de la sociedad consumidora y las empresas.

4.6. Protección del consumidor en la realidad del COVID-19

La emergencia sanitaria del COVID-19 implicó un cambio en las prácticas socioeconómicas de todas las personas, asimismo reafirmó la convivencia con el riesgo global por las acciones de la otredad. A nivel de los consumidores, fue patente una transformación en las aptitudes y prácticas sostenidas en las relaciones de consumo, dado que a partir de ese momento las medidas de prevención y seguridad pasaron a ocupar el primer lugar para la adquisición de bienes y servicios.

Una de las medidas políticas para contrarrestar la pandemia fue el confinamiento, misma que generó como efecto un incremento en las compras en líneas, ya que las familias consumidoras preferían realizar las compras de

³⁵³ Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Quinta Época, Segunda Sala, Registro 335243, Materia Administrativa, t. XLV, p. 1978.

suministros a distancia, esto fue posible por las bondades de la tecnología y el acceso a internet.

Lo anterior se evidencia en las estadísticas nacionales que arrojan un 70% de la población mexicana utilizó el *e-commerce*, al menos una vez durante 2019³⁵⁴, porcentaje significativo hacia la tendencia creciente del comercio electrónico.

Desde antes se avizoraba una curva creciente gracias a las facilidades del internet, evidenciado por *Consumer International*³⁵⁵ al resaltar que la mitad de la población mundial cuenta con acceso a internet, evidente en los datos por regiones: Norteamérica con 88.1% y América Latina/Caribe con 59.6%. Estas denotan patrones del *Business to Consumers* (B2C) a mayor escala y que, sumado al derecho del acceso a internet marcará el camino hacia la interconexión total global.

Ahora bien, ¿cómo repercutió el golpe pandémico a nivel de los consumidores? Principalmente se observó una inflación de los precios del consumo que para México llega a un Índice Nacional de Precios del Consumidor (INPC) del 6% en septiembre del año 2021³⁵⁶, tal propensión puede persistir por un tiempo³⁵⁷. Esto afecta la economía de las familias mexicanas y expone a mayores vulnerabilidades a los consumidores.

El consumidor vulnerable como regla general es comprendido como aquél que se encuentra en una relación de consumo desventajosa, donde la empresa tiene las mayores facultades para verter sus intereses y disponer el contenido de las cláusulas del contrato, además cuentan con poder de negociación, los medios

³⁵⁴ *cfr.* Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, *The UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean*, en <https://unctad.org/webflyer/unctad-b2c-e-commerce-index-2020-spotlight-latin-america-and-caribbean>, consultada el 28 de octubre de 2021.

³⁵⁵ *cfr.* *Consumer International*, Sesión informativa sobre el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores 2018: Acceso al comercio electrónico. Hacer mercados digitales más justo, en https://www.consumersinternational.org/media/154773/access_briefing_spanish.pdf, consultada el 31 de mayo de 2020.

³⁵⁶ Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI), *Índice Nacional de Precios al Consumidor*, en <https://www.inegi.org.mx/temas/inpc/>, consultada el 28 de octubre de 2021.

³⁵⁷ *cfr.* Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Economic Outlook, Interim Report September 2021: Keeping the Recovery on Track*, en <https://doi.org/10.1787/490d4832-en>, consultada el 28 de octubre de 2021.

económicos y técnicos para gozar de una posición de superioridad, misma que rompe con la igualdad de las partes intervinientes en la relación contractual.

Como lo hace notar Lorenzo Mellado³⁵⁸, la crisis sanitaria y económica expone a los consumidores a una vulnerabilidad social y económica, que se compone en la figura del consumidor en dos ámbitos: el interno/personal y el externo. El endógeno tiene que ver con la condición de fragilidad biológica y psíquica del ser humano y la exógena que aborda una comprensión más amplia que se agrupa por las características socioeconómica, cultural, geográfica. En fin, de pertenencia o ubicuidad. Otra cuestión que menciona Mellado, es que el antónimo de vulnerabilidad no es invulnerabilidad sino resiliencia, como la facultad de adaptación y manejo de la situaciones complejas de la vida.

En la opinión de Alex Casco, “Ningún consumidor es igual a otro. Cada uno es influenciado por distintos factores, ya sean internos y externos, de los cuales se forma el comportamiento del consumidor”³⁵⁹, la reflexión alude a la forma en que cada consumidor reaccionó a la emergencia sanitaria, muchos con extrema precaución y otros con medidas más laxas, lo que revela diferentes escalas de percepción del peligro y por ende, medidas o prácticas a implementar, ya sea porque se siguen las orientaciones institucionales/estatales que en ocasiones llegan a ser de ineludible cumplimiento o por la misma autoconciencia sobre las posibilidades de contagio a la colectividad.

Otro aspecto que trae a colación Castro, mismo que interesa destacar por el carácter económico del consumidor, es el comportamiento relativo a las restricciones financieras. Los consumidores tendieron a priorizar los productos de consumo e integrar en la economía familiar un porcentaje para la salud, este puede incluir: ítems de higiene y sanitización, vitaminas, atención hospitalaria ambulatoria, entre otros; los que antes, en tiempos de relativa normalidad se observaban como casos esporádicos o gastos ocasionales, los que ahora se convierten en compras de tracto sucesivo.

³⁵⁸ *cfr.* Mellado Ruiz, Lorenzo, “La protección de los consumidores vulnerables en tiempos de covid-19”, *Ars Iuris Salmanticensis Tribuna de Actualidad*, vol. 9, junio, 2021.

³⁵⁹ Casco, Alex Rigoberto, “Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor”, *INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología*, vol. 9, núm. 2, 2020, p. 99.

Derivado de la gestión económica particular se figura la división existente entre las compras esenciales y las no esenciales, es decir, fue más evidente que se puede vivir en condiciones modestas y cambiar patrones del consumo descomedido.

Para Erika Isler³⁶⁰, la seguridad en el consumo o derecho a la seguridad es entendido de la siguiente manera:

La protección integral del consumidor no solo involucra aspectos de carácter patrimonial, sino también extrapatrimoniales, dentro de los cuales se encuentra el resguardo (sic) de la integridad. Este último, al vincularse con bienes jurídicos no disponibles, no solo debe gozar de mecanismos de protección más eficaces, sino que también debe alcanzar todas las instituciones y reglas del derecho de consumo. En ese sentido, se trataría de un principio general informante, lo cual cobra especial relevancia en tiempos de emergencia.

En contexto de pandemia, la integridad es concebida como un sinónimo de salud o seguridad, donde se espera que la cadena de valor y canal de distribución cuenten con la debida diligencia hacia sus coetáneos, de esta forma los proveedores deberán observar conductas y servicios que faciliten la compra de los productos y servicios con los requerimientos de la nueva normalidad, a saber, los servicios y pedidos de mercancía entregados a domicilio.

Entre los diferentes cambios de comportamientos de los consumidores en la nueva realidad posterior al COVID-19, Andrea Droguett y Luciano Teixeira³⁶¹ abordan estos cambios como escenarios prospectivos, en donde las nuevas generaciones no conocerán una vida como la previa a la pandemia. Estos escenarios son: 1) Recuperar el tiempo perdido, tanto para la activación de la economía y los diferentes actores sociales, 2) Consumismo compartido, enmarcado en la economía solidaria, 3) Vida minimalista, más simplista producida por la situación de cuarentena que hizo patente la posibilidad de vivir con lo esencial, y 4)

³⁶⁰ Isler Soto, Erika, "La inocuidad: principio informante y de la adecuación de deberes preventivos y buenas prácticas en la atención remota y presencial del consumidor en el contexto de la pandemia de COVID-19", *Revista de la Facultad de Derecho*, núm. 85, diciembre-mayo, 2020, p. 207.

³⁶¹ *cfr.* Droguett Jamett, Andrea Carolina y Teixeira Schweizer, Luciano, "Mudanças no Comportamento do Consumidor nos Cenários pós COVID-19: O Consumidor Brasileiro em 2025", *Revista Psicologia: Organizações & Trabalho*, núm. 21, 2020, en <https://doi.org/10.5935/rpot/2021.1.20553>, consultada el 18 de febrero de 2022.

Consumidor responsable, donde la comunidad global actúa con todas las medidas preventivas y de seguridad, que ahora manifiesta con naturalidad.

Desde otro enfoque, aborda la UNCTAD³⁶² que en contexto de pandemia persisten los retos para la protección de los consumidores en los mercados digitales y la cooperación internacional para la aplicación de la ley. En este sentido, afirma que la pandemia ha estimulado el uso de plataformas digitales, lo que a nivel de políticas públicas de los Estados entrañó regulaciones y controles de naturaleza variopinta, como: control de precios exorbitantes, prácticas comerciales desleales, multas, establecimiento de beneficios máximos, cartas de advertencia, creación de páginas web para los reclamos y denuncias ante irregularidades, así como la creación de comisiones técnicas temporales para atender estos casos. Un tópico que tuvo una gran transformación fue el relativo a las medidas de reembolso de viajes en tiempos de pandemia, por el cual se consideraba la situación de las aerolíneas al no contar con la liquidez para los reembolsos de los boletos, pero también se consideraban los derechos de los consumidores, entonces se adoptaron directrices que protegieran a ambas partes.

En el orden de las plataformas digitales, se implementaron acciones para el barrido de las páginas web con publicidad engañosa en las que figuraban productos para contrarrestar el virus, sin tener los estudios de calidad especializados y pertinentes. También se reconoce que “la noción de vulnerabilidad de los consumidores dependía del contexto y que las definiciones variaban de un país a otro”³⁶³.

En cuanto a la protección de los consumidores en los mercados digitales, se asevera en la nota técnica de la UNCTAD³⁶⁴:

El estado del desarrollo digital y las infraestructuras conectadas difiere (sic) de una región a otra y de un país a otro, así como según las características demográficas de los países. Debe proporcionarse un acceso asequible a una

³⁶² Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, Nota técnica de la secretaría, Tema 8 del programa: Las leyes, políticas y normativas de protección del consumidor en respuesta a la pandemia del COVID-19 y después de esta, Ginebra, 5 y 6 de julio de 2021, en https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd23_es.pdf, consultada el 25 de febrero de 2022.

³⁶³ *Ibidem*, p. 9.

³⁶⁴ *Ibidem*, p. 11.

(sic) Internet abierta y segura, teniendo en cuenta las necesidades de las personas de mayor edad y los consumidores con discapacidad, que pueden estar menos familiarizados o sentirse menos cómodos con las herramientas digitales y, por tanto, están más expuestos al fraude digital. La pandemia ha exacerbado las vulnerabilidades existentes.

Además de ratificar la vulnerabilidad en tal contexto, se considera apremiante “la adopción de una nueva legislación para combatir las prácticas comerciales desleales en los mercados digitales”³⁶⁵, nos sumamos a esta ineludible necesidad, por lo que es inexorable contar con una nueva legislación de protección de los consumidores en un contexto de sociedad de riesgo. A esto se suma, la limitada cooperación transfronteriza institucional, por lo que termina aseverando que “la mayoría de los países en desarrollo que cuentan con leyes de protección del consumidor necesitan mejorar sus marcos y potenciar sus capacidades en materia de aplicación”³⁶⁶.

Vamos a concluir señalando que los cambios sociales a razón de fenómenos o problemáticas emergentes tienden a sacudir las estructurales estatales y medir la capacidad de respuesta de estos, aun así, trae como efectos positivos las reestructuraciones y mejora en los mecanismos de atención a la población. También, implica un proceso de aprendizaje continuo, transformación de la sociedad, detección y establecimiento de nuevas medidas de protección, como es el caso, hacia una propuesta de protección unificada de los derechos de los consumidores en mercados digitales, que incluya equiparar los diferentes desarrollos legislativos sobre la protección de los derechos de los consumidores.

Retomando la línea de la autorregulación y de iniciativas de fortalecimiento de la seguridad en mercados digitales. Seguido presentamos la experiencia de los sellos de confianza:

4.7. Buena práctica: Sellos de confianza

Las iniciativas que se pueden emprender para la protección a los consumidores en la órbita virtual toman diferentes vías, una de ellas son los “Sellos

³⁶⁵ *Ibidem*, p. 12.

³⁶⁶ *Ibidem*, p. 13.

de confianza” como un mecanismo de autorregulación. A continuación, comentaremos sobre la misma, mediante la experiencia de la Asociación de Internet MX.

¿Qué son los sellos de confianza? Según a la Asociación de Internet MX, son sellos electrónicos para sitios de internet que han cumplido requerimientos acordes al marco legal especializado³⁶⁷ y mejores prácticas en internet, por medio del cual se crea una imagen digital que certifica la página, bajo una institución legitimada para brindar estos sellos.

De igual forma, David López y Antonio Monroy³⁶⁸ perciben los sellos de confianza como un logotipo o distintivo que certifica una buena práctica comercial, pudiendo ser de diversa índole, como: manejo de datos privados, comercio electrónico, entre otros. Estos sellos se articulan a códigos de conducta que establecen los parámetros para ser acreedores de la certificación. Como resultados positivos puede mejorar la imagen de la empresa, permite captar clientes mediante la garantía que se otorga con dicho sello y en general, integra una buena práctica comercial hacia la tendencia por dispersar las inseguridades del consumidor en la contratación en línea.

Alberto Urueña y Antonio Hidalgo³⁶⁹ exhiben sus percepciones sobre la confianza como un constructo cognitivo y afectivo, que para los consumidores puede llegar a significar lealtad a la marca empresarial. Por otra parte, la confianza surge en el ámbito de acción en el que se transa, es decir, los riesgos existentes en el entorno. Entonces, la confianza puede llegar a ser un margen aceptable del apetito al riesgo con respaldo a ciertas condiciones que han sido previamente evaluadas por los sujetos, las que le brindan un grado de tranquilidad y de

³⁶⁷ Para los sellos de confianza, del tipo de Comercio electrónico o Datos personales, en México se suele basar en las siguientes normas: Ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares, Ley federal de protección al consumidor, Lineamientos de privacidad del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) y Ley federal de transparencia y acceso a la información pública gubernamental.

³⁶⁸ *cfr.* López Jiménez, David y Monroy Antón, Antonio, “El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor”, *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, vol. 23, núm. 47, enero-marzo, 2013, pp. 40-52.

³⁶⁹ *cfr.* Urueña López, Alberto y Hidalgo Nuchera, Antonio, “La confianza en el comercio electrónico. Políticas de fomento de la confianza en el ámbito digital”, España, *Economía industrial*, núm. 399, 2016, pp. 165-174.

expectativas positivas en todo el proceso de la contratación entre las partes. Los autores clasifican la confianza en tres modalidades: confianza institucional (internet), confianza disposicional (personalidad) y confianza interpersonal (partes).

Ahora bien, por parte de la Oficina de Seguridad del Internauta³⁷⁰ en España, los sellos de confianza son una iniciativa que se suscribe a las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)³⁷¹, en la búsqueda por mejorar los procesos y ofrecer opciones confiables para una relación comercial duradera con los consumidores, de manera tal que los fidelicen. Llegados a este punto, la confianza del sitio web se genera mediante un sistema de certificación gestionado por un tercero (independiente e imparcial) quien examina una serie de documentos aportados por la empresa y producto de dicha evaluación, valida con respecto a las normativas y prácticas al respecto para otorgar la certificación o sugiere cambios para mejorar los niveles de seguridad que presenta el sitio web, y una vez subsanado procede a otorgar la certificación.

Definitivamente hay similitud en la connotación de los sellos de confianza, así como en el mecanismo a seguir para sustanciar este y ser acreedores del certificado, mismo que será visible en la página web de la empresa y se presentará en el sitio web del ente intermediario avalado para ello.

Ahora bien, ¿cuál es el trayecto de la Asociación de Internet MX³⁷²? Es una asociación civil que fue fundada en 1999, surge por la necesidad de educar a las empresas en el nuevo esquema regulatorio que se estaba gestando con la Secretaría de Economía y PROFECO para la protección de datos personales, políticas y avisos de privacidad y en lo tangente a la contratación electrónica.

³⁷⁰ *cfr.* Oficina de Seguridad del Internauta, en <https://www.osi.es/es/actualidad/blog/2018/04/05/sellos-de-confianza-que-son-y-en-que-nos-ayudan>, consultada el 10 de marzo de 2022.

³⁷¹ *cfr.* Arteaga Salgado, Alicia Karelia, “La dimensión sociolaboral de la responsabilidad social empresarial y las empresas transnacionales ¿un binomio imperfecto?”, Nicaragua, Revista de Derecho, Universidad Centroamericana, núm. 25, 2018, pp. 45-73. La responsabilidad social empresarial implica un marco de actuación voluntario que puede ir más allá del marco regulatorio, en este tenor, denota los valores y principios del modelo de negocio, mismo que guía las operaciones empresariales e industriales en una configuración de respeto en el relacionamiento con los grupos de interés, es decir, rige a lo interno de las operaciones empresariales, teniendo claros efectos externos.

³⁷² Para mayor información, ver Anexo No. 1, Entrevista de Internet MX.

Durante este movimiento, se observó que las grandes empresas podrían integrar a su planilla de trabajo un personal especializado para manejar estos temas, reflejada en la posición de los *Chief privacy officers*, pero no era la misma situación para las pequeñas y medianas empresas. Siendo así, la asociación vio esta necesidad y de esta forma lo concibió como su *target*.

La asociación oferta dos sellos de calidad³⁷³: el de protección de datos y el de comercio electrónico. Sumado a la formación en temáticas del comercio electrónico y lo valioso de los datos personales, así como su buen manejo según el marco legal. Además, forman parte de los grupos de consulta institucionales para la gestión regulatoria, como es el caso de la creación de un código de ética del comercio electrónico liderado por la PROFECO.

Otros aspectos críticos que aporta la asociación sobre las necesidades apremiantes de sus afiliados, las Mipymes, está vinculado con la necesidad de una política pública y diseño institucional para la digitalización de empresas, y por supuesto la educación digital. Julio Vega³⁷⁴ explica las oportunidades que tienen las Mipymes al explotar las herramientas digitales: “Las bases de datos y el conocimiento del consumo de tus clientes, eso es lo que realmente vale porque a partir de esa información es que la Pyme puede hacer prospección, puede atinar con mucho mayor detalle las necesidades del consumidor, no andarlas adivinando, sino ser mucho más preciso en lo que se necesita y esa relación cliente-empresa se vuelve mucho más íntima por el conocimiento que tiene la empresa del consumidor”.

Por otra parte, desde un análisis institucional de la PROFECO, pareciera que la ingeniería estructural se dio en una etapa donde no se avizoraba el salto tecnológico, por lo que se debe trabajar en diferentes vías, como la reestructuración

³⁷³ Asociación de Internet MX, en <https://sellosdeconfianza.org.mx/>, consultada el 7 de marzo de 2022. Transcripción desde el sitio web: El Sello de Confianza es un distintivo que otorga la Asociación de Internet MX a sitios web que pertenecen a empresas, organizaciones, instituciones y personas identificadas y comprometidas con la generación de confianza en línea. El sello de Confianza es un distintivo que otorga la Asociación de Internet MX a sitios web que pertenecen a empresas, organizaciones, instituciones y personas identificadas y comprometidas con la generación de confianza en línea.

³⁷⁴ Ibidem, ver Anexo No. 1, Entrevista de Internet MX, p. 223.

institucional con una estrategia especializada para atender las cuestiones del comercio electrónico, que a su vez permita alinearse con esta coyuntura post-Covid, donde los consumidores adquirieron una nueva praxis dinámica con las compras en línea.

Consideramos todo lo anterior, como una iniciativa positiva que contribuye a garantizar la seguridad jurídica sobre una plataforma o página web comercial, sumado al fortalecimiento de capacidades en la cancha de las empresas proveedoras para mejorar sus procesos en cuanto a sus relaciones de consumo con los clientes consumidores, al mismo tiempo que pudieran implementar medidas hacia una reforma institucional de la PROFECO, que incluya una política pública y estrategia hacia la digitalización y para el comercio electrónico.

4.8. Opinión de experto

Como parte de la contrastación de la investigación documental, bajo la implementación de diferentes métodos de investigación, a saber: analítico-sintético, deductivo, descriptivo e histórico. Consideramos apropiado consultar a expertos en la materia consumeril, para ratificar desde la versión de un especialista y con un lente diferente los avances, retos y perspectivas para la protección de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico con vocación internacional.

En este sentido, por medio de la técnica de la entrevista como parte de la investigación empírica, se sostuvo entrevista con el Doctor argentino, Carlos Tambussi³⁷⁵, obteniendo las siguientes percepciones:

En cuanto a los avances, pudimos constatar el valor que tienen las “Directrices de Naciones Unidas para la protección del consumidor”, en el sentido que generó reformas en el ámbito jurídico de los países. Aunque considera un asunto pendiente el del comercio electrónico, principalmente, por la competencia en materia territorial para los casos de naturaleza transnacional. Estima que una protección superior llegará “fruto del resultado de una maduración y una consciencia

³⁷⁵ Para mayor información, ver Anexo No. 2, Entrevista Dr. Carlos Tambussi.

protectora a los consumidores generada a partir de resultados en acuerdos y convenios”.

Sobre las necesidades apremiantes de los consumidores en la contratación electrónica, expresó que el consumidor transnacional adquiere una mayor vulnerabilidad en relación con el consumidor nacional, por el “sistema completamente impersonal”, prediseñado de forma unilateral y cargado de estrategias de marketing agresivas como el de la cuenta regresiva. Esto limita las decisiones conscientes.

Otros aspectos que menciona en las necesidades de los consumidores es la protección de los datos personales y obtención de la información necesaria para la toma de decisión sobre un producto o servicios, y en especial sobre los datos que permiten identificar al proveedor. Al igual que la garantía de legalidad (licitud) y cumplimiento en las plataformas virtuales, responsabilidades de los proveedores informáticos ante daños y riesgos del mismo sistema, por último, sin lugar a duda trabajar en la educación al consumidor.

Ahora bien, un cuestionamiento prospectivo incluyó la evolución del comercio electrónico en la realidad post-covid. Ante el cual percibe un incremento monstruoso que bombardeará con mensajes agresivos de marketing para la toma de decisiones “menos conscientes y reflexivas posibles”, es decir, decisiones que no se apegan a la racionalidad utilitaria del cual la teoría económica tiende a defender, en contratación a la crítica que se realizar a la dinámica del sistema de mercado.

La entrevista siguió el hilo conductor determinado en el instrumento de entrevista derivado de los objetivos planteados. Se inquirió sobre medidas para reforzar la protección de los consumidores transfronterizos. Para lo cual se reafirmó la normativa nacional en aspectos de la responsabilidad objetiva de las plataformas en línea, educación al consumidor y comercio electrónico. Desde otro campo de acción, obtener respuesta internacional en la materia del derecho internacional privado para las relaciones de consumo.

Para el cierre, el entrevistado realizó una reflexión sobre la sociedad de consumo y de la información, en cuanto a replantear la vida alejada de la “deshumanización y de la impersonalización que estos tiempos significan”. Siendo

así, como consumidores tomar decisiones con una reflexión serena, que no implique confundir los deseos y las necesidades.

Como corolario de las perspectivas del entrevistado, podemos destacar el abordaje omnicomprendivo con que abordó cada temática, con una lógica centrada desde la posición del consumidor que atiende diversas aristas de las limitantes que tienen los consumidores para realizar sus contrataciones electrónicas en un marco de seguridad jurídica y confianza en las plataformas virtuales.

CONCLUSIONES

Seguidamente compartiremos las conclusiones a las que hemos arribado, producto del estudio sistemático y pormenorizado de la temática: Derechos de los consumidores en el comercio internacional, una visión desde la contratación electrónica (*e-commerce*).

1. La globalización es un fenómeno multidimensional que interconecta a los Estados-nación, es decir, las sociedades integran un proceso dinámico de interacción internacional inmersiva gracias a las TIC, mismo que permite las libertades de las personas, capitales, bienes y servicios; pero a su vez nos expone a múltiples riesgos. La globalización en su matiz económico funge como un sistema sociopolítico de actores económicos transnacionales con distinto calado de poder de negociación, según sus antecedentes de origen, esto ocasiona un tipo de relación asimétrica entre ganadores y perdedores, que profundiza la crisis y la situación de dependencia de los países en vías de desarrollo, así como las desigualdades. Consideramos que esta situación se podría mejorar al replantear las instituciones transnacionales y sus propósitos, al mismo tiempo que se fortalezca la autodeterminación estatal para implementar proyectos acordes a sus realidades socioeconómicas.
2. El consumidor debe ser visto como el actor paradigmático, heterogéneo y foco clave de la economía, no solo porque representa la masa crítica de la interconexión en red, sino porque es el engranaje de la dinamización económica. La información que aporta el consumidor en sus transacciones electrónicas constituye un factor productivo, al mismo tiempo que es la moneda de cambio en el ciclo productivo y comercial. Además, el consumidor puede operar con cierta racionalidad económica para lo cual requiere además de información, un ecosistema tutelar proconsumidor. Entonces, la forma en que se entiende el mercado no puede seguir siendo la misma, se debe superar la concepción meramente enfocada en la eficiencia y crecimiento económico con la producción en masa dirigida a un público homogéneo. No se puede seguir creyendo que el

mercado opera como un sistema ideal que, en su libertad, se autorregula y mejora, y, por ende, establece relaciones de consumo bajo el esquema ganar-ganar. Es necesario que las políticas globales y nacionales que apuntalan al crecimiento económico vean con mayor atención el desarrollo económico, ya que es un concepto más integrador que puede alinearse con el comercio equitativo y justo. Por otra parte, es menester que las condiciones de contratación sean justas y equilibradas, es decir, procuren un balance en la legítima relación de consumo.

3. Para el respeto de las necesidades legítimas de los consumidores y en atención a la vulnerabilidad de estos, es necesario además de un desarrollo normativo global vinculante y con una visión prospectiva del ulterior desarrollo tecnológico, además de políticas públicas dirigidas a empoderar a los consumidores vulnerables en la era digital. Entre las medidas que pueden incluir esta política pública, se encuentra la seguridad digital y un sistema de reclamaciones internacional amigable para todo el público. En otro orden de ideas, la vulnerabilidad del consumidor es reconocida en las directrices de Naciones Unidas y bajo la tesitura de diferentes doctrinarios, quienes asumen la vulnerabilidad como un estado cambiante, pero que en definitiva ocasiona una situación de desventaja en las relaciones de consumo. Por ende, la tendencia marcada en los criterios jurisprudenciales manifiesta el privilegio por la aplicación de normas de protección superior. Ahora bien, en cuanto a la fragilidad de la contratación electrónica, los consumidores se ven más expuestos a la indefensión y al desconocimiento del alcance exacto de sus derechos y obligaciones; sumado al sinfín de riesgos que emergen en el internet.
4. Es imperativo e insoslayable una protección de los derechos de los consumidores ante el comercio electrónico internacional, tanto porque concibe a los consumidores ciudadanos que requieren intervenir en relaciones comerciales que les brinden confianza, como por las amplias libertades que se han otorgado al mercado para que se gestione a sí mismo, lo que obviamente hace prevalecer los intereses del mercado *per se*, más que la de los consumidores. Entonces al superar este replanteamiento de la postura del

mercado hacia los consumidores con un liberalismo equilibrado, devendrá en beneficios tanto para el negocio como para los consumidores. Uno de los ejes clave para estimular la confianza en las plataformas electrónicas, pasa por el principio de reconocimiento mutuo en la identificación de las partes.

5. La evolución de los derechos de los consumidores entraña un carácter tanto individual, como colectivo; además, es marcado por los progresos y transformaciones de orden jurídico, político, económico y social de los Estados-nación. Es apreciable que los avances sustanciales sobre la tutela de los derechos de los consumidores en diferentes latitudes pueden llegar como olas expansivas a los ordenamientos jurídicos de otros países, al retomar la buena experiencia en el marco regulatorio. Por ejemplo, la Unión Europea con el parámetro de un nivel de protección elevado del consumidor para incrementar la confianza del consumidor hacia el comercio transfronterizo.

Consideramos que los derechos de los consumidores como derechos emergentes de la colectividad se encuentran estrechamente vinculados con los derechos humanos, por los bienes jurídicamente protegidos. Aunque el principal carácter que resalta es el interés económico, esto no restringe la interconexión que existe con los DESCA y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. A nivel del derecho mexicano, estos derechos son concebidos en el marco del interés público y social. Los DESCA también se reconocen como derechos de subsistencia que es consecuente con el consumo para la vida. Es una forma desde la que se puede interpretar el mundo económico, desde la faceta del consumidor y su cúmulo de derechos, de tal manera, se estimularía de manera positiva la economía, al mismo tiempo que se vigorizaría el orden mundial globalizante, con un tipo de armonización teórica funcionalista.

6. Los organismos internacionales juegan un papel importante para contribuir en que los países en vías de desarrollo alcancen un nivel que les permita ir superando paulatinamente las asimetrías con la que compiten en la economía global y comunidad internacional. En este sentido, la cooperación internacional es un dispositivo estratégico que permite el intercambio de información, gestión de conocimientos, retroalimentación colectiva, referencia e investigación de

casos, entre otros productos generables. En este tenor, las agencias de protección a los consumidores operan bajo esquemas de cooperación internacional, para atender los retos de la contratación electrónica, principalmente, la preservación de la evidencia en la virtualidad, la garantía de los sitios web de *e-commerce* y certeza sobre la identidad del proveedor.

7. Las normativas de *soft law* para la protección de los derechos de los consumidores establecen un prederecho, es decir, una antesala de protección que requiere reforzarse hasta llegar a una normativa de *hard law*. Estableciendo así, una normativa de carácter vinculante que genere un mayor escrutinio de naturaleza impositiva para regular a las empresas en un contexto de comercio electrónico. En otras palabras, una normativa que marque las pautas de derecho positivo internacional con su debido proceso de ejecución (*obligation & enforcement*). Consideramos que las Directrices de protección de los derechos de los consumidores es un punto de partida muy positivo y según con Francisco Feo constituyen “objetivos a perfeccionar”, que aún de esta manera, han incidido en las agendas nacionales con acciones comunes hacia la tutela, esto ha permitido la construcción de una red de trabajo coordinado.
8. Del derecho comunitario europeo resalta el sistema objetivo que encuentra la residencia habitual del consumidor como el criterio clave para la determinación de la ley aplicable. De tal manera, para la aplicación de las normas de conflicto de leyes se toma la que resulta más favorable para los consumidores, incluso si existe otra superior, inclusive se puede llegar a considerar otra ley nacional, siempre y cuando otorgue una protección superior, aunque no corresponda a la residencia habitual del consumidor; para ello, se recurre a la fórmula de la comparación para determinar si un derecho extranjero entraña una protección superior. Este principio tiene un enfoque desde la perspectiva de los consumidores, en cuanto a las limitaciones de orden económico, cultural y físico que pueda restringir el goce de sus derechos. De manera equiparable, en el Mercosur se sigue el domicilio del consumidor para determinar el derecho aplicable.

9. La autorregulación se ha convertido en clave de bóveda para operar en entornos cambiantes, donde los consensos estatales suelen ser prorrogados por el asunto de comprometer intereses futuros. Entonces, la solución se presenta por medio de iniciativas hacia la autorregulación y uniformidad de las normas mercantiles y de derecho internacional privado. La autorregulación en su faceta de regulada, invitada al órgano estatal a ejercer un tipo de validación y corresponsabilidad en las acciones desplegadas por las empresas. Este arquetipo de autorregulación también es entendido como mixta o corregulación, el papel que denota el Estado permite la rendición de cuenta de las operaciones que realizan las empresas y sus impactos. En general, son reglas superiores al marco legal, que trae consigo múltiples beneficios, no solo para las empresas, sino también para el aparato estatal y en su reflejo los consumidores. Un ejemplo de tipo de autorregulación, pero llevada a cabo por un tercero: es la certificación de los sellos de confianza.
10. Como consecuencia de la pandemia del COVID-19, se generó un cambio en los patrones y vías del acceso al consumo, así como a la reestructuración del presupuesto familiar. Ahora atendiendo por un porcentaje significativo asuntos de salud y seguridad sanitaria. Ciertamente se incrementó el comercio electrónico, como medida de respuesta para emparejar las dos necesidades: adquisición de bienes y servicios de consumo, y resguardo ante las posibilidades de contagio. En expresiones de la UNCTAD, “la pandemia ha exacerbado las vulnerabilidades existentes”. Todo lo anterior, reafirma la demanda por la existencia de un marco legal fuerte que proteja a los consumidores en contexto globales volátiles y riesgos.

PROPUESTA

Es positiva la existencia de normativas de *soft law* como las “Directrices de Naciones Unidas para la protección de los consumidores” y las “Directrices de la OCDE, protección de los consumidores en prácticas transfronterizas, fraudulentas y engañosas” que, aunque como instrumento de naturaleza no vinculante, han permitido un nivel de coordinación internacional y despliegue nacional hacia la protección de los derechos de los consumidores mediante esquemas sugeridos para atender las necesidades legítimas de estos; principios y guías para las transacciones entre empresas y consumidores; y marcos nacionales para el combate transfronterizo de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas. No obstante, por la naturaleza de dichos instrumentos, aún persiste la ausencia de una regulación jurídica vinculante hacia la protección de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico.

Estimamos que es momento de hacer una pausa y reevaluar si ha sido suficiente la protección de los derechos de los consumidores de cara al comercio electrónico; considerando que a medida que el acceso al internet se incrementa en el globo, a ese mismo ritmo tiende a crecer el número de consumidores que hallan en la compra en línea un aliado que les permite optimizar tiempo y adquirir productos y servicios a un precio más atractivo; pero a su vez encaran el reto de hacer valer sus derechos ante las reclamaciones que surjan de la transacción comercial en una plataforma electrónica transnacional.

Nuestra tesitura, contempla que los consumidores se encontrarán protegidos en sus contrataciones internacionales con una regulación vinculante. Es decir, con la creación de un instrumento jurídico de fuerza obligatoria internacional para la protección integral de los derechos de los consumidores en las contrataciones electrónicas, mismo que a razón de su materialidad esté revestido de autoridad y surja en el seno de un organismo internacional. Esto suplirá los vacíos que existen sobre una normativa de tal naturaleza, realzando la importancia de los derechos de

los consumidores en su conexión con los derechos humanos y brindando respuesta oportuna, accesible y económica ante reclamaciones procedentes de las transacciones de este tipo; donde queda exhibido que los consumidores se encuentran en posición de desventaja y desequilibrio en la relación de consumo; bajo este presupuesto, dicha regulación tanto sustantiva como adjetiva, restablecerá el balance en las relaciones de consumo mediante la igualdad jurídica de los contratantes.

A través del desarrollo argumental expuesto en los capítulos previos, ha quedado evidenciada la prioridad que se cede al mercado-economía, cuestión que marginaliza la existencia de una tutela internacional de los derechos de los consumidores en el contexto globalizante de la era digital. En este sentido, parecieran tener mayor relevancia los intereses de los agentes económicos transnacionales, quienes se amparan en la *lex mercatoria* del derecho internacional privado para tener un amplio marco de actuación y protección de los intereses entre las contrataciones empresariales, misma que es posible en la dinámica de la sociedad global flexible y sin regulación, bajo el supuesto de que el mercado se autorregula, es eficiente y orgánico. Este supuesto estatuye al consumidor como el actor económico que toma decisiones racionales para maximizar sus utilidades y que sólo requiere información para surgir como un consumidor activo e informado, capaz de implementar las estrategias necesarias para conciliar sus necesidades de consumo con la oferta existente en el mercado, sin embargo, esto dista mucho de las condiciones y situaciones que se presentan en la relación de consumo.

Por otra parte, los Estados exhiben asimetrías en el poder de incidencia política con que se identifican en el entramado de la comunidad internacional, esto se debe a que la carta con la que se presentan en los foros internacionales está constituida por los índices económico del país, hecho que les hace acreedor de una silla privilegiada para determinar las pautas del orden económico internacional. A su vez, este tipo de asimetrías se ven reflejadas en la disímil regulación normativa para la protección de los derechos de los consumidores. Bajo este contexto, la

Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) procura equiparar en un mismo nivel, las normativas de protección en esta materia, operando con mayor correspondencia al contemplar el tópico del comercio electrónico en el trabajo que realizan los grupos de expertos.

LA UNCTAD como órgano del *corpus* de Naciones Unidas, tiene una trayectoria desde su fundación en 1964, la promulgación de las directrices en 1985 y a la actualidad, que nos permite concebirlo como un organismo internacional dotado de una significativa experiencia capitalizada y de la cual puede dar un salto en su configuración institucional, a tono con los cambios sociopolíticos y económicos en el marco de la era del internet. Un ejemplo de cambios globales con amplia repercusión, son las grandes transformaciones que implicó para los organismos internacionales y Estados, la atención de la emergencia sanitaria del COVID-19 en las diferentes dimensiones asociadas con los consumidores ciudadanos.

Dicho lo anterior, consideramos que la creación de una convención es la normativa internacional y de carácter vinculante que puede garantizar el respeto, promoción y la protección de los derechos de los consumidores electrónicos y transfronterizos en las relaciones de consumo con sus contrapartes representadas en las empresas proveedoras. A distinción de los tratados que tienden a ser en materia comercial donde existe una puja de intereses de orden económico por los países, bajo un esquema de tratado-contratos; esta convención seguiría desde una configuración convención-ley que constituiría obligaciones vinculantes, enmarcada en la coincidencia de intereses hacia la protección del débil jurídico de la relación de consumo en la modalidad de la contratación electrónica.

Esta iniciativa tiene analogía con la mutación que se pretende generar de los “Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos” de Naciones Unidas, para que se conviertan en un tratado. Con la salvedad que la temática de los derechos humanos tiene mayor apertura en las agendas políticas, pero para el

caso de los consumidores como actores y engranaje clave del sistema económico capitalista, un cambio en las reglas con las que opera el mercado, puede generar una reacción diferente. En este sentido, es menester retomar el equilibrio y dirección de la economía bajo la regulación estatal.

Analizamos que la eventual convención debe contener los siguientes aspectos:

En el contenido sustantivo: Contemplar el principio pro consumidor; determinar en el ámbito de aplicación los contratos electrónicos que surgen de la relación de consumo; observar la buena fe y lealtad negocial como marco base del comercio internacional; concebir el foro para dirimir controversias a aquel perteneciente a la residencia habitual del consumidor, esto para contrarrestar las limitaciones de índole subjetivo del consumidor en su posibilidad de acceder a otros foros transnacionales; delimitar el marco de responsabilidades mediante el uso de las plataformas de *e-commerce*; establecer mecanismos sencillos, ágiles y gratuitos para dirimir las reclamaciones y controversias; implementar el criterio hacia las normas protectoras de los derechos de los consumidores, misma que implicará en caso de incompatibilidad con las normas civiles y mercantiles, la preferencia por las normas consumeriles; e implementar mecanismos de comparación sobre las regulaciones de diferentes foros nacionales para determinar cuál es más conveniente a los intereses del consumidor, aun cuando no sea la competente a la residencia habitual del consumidor.

Además, consideramos importante integrar los aspectos positivos que han destacado en los diferentes instrumentos de derecho blando, de manera tal que exista un marco común uniforme.

Cooperación internacional, es esencial para el intercambio de información y rastreo de la trazabilidad de las relaciones de consumo en línea, de manera que se

puedan reforzar las medidas contra el ciberdelito. La dinámica de la cooperación debe estar presta a las nuevas realidades de la virtualidad.

Desde otra perspectiva, para que tengan efecto útil las disposiciones contenidas en la convención, es menester la configuración de un sistema tutelar en la protección de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico internacional, misma que generará múltiples beneficios y realmente logrará un relacionamiento ganar-ganar.

En este sentido, proponemos su complementariedad con una gobernanza del mercado digital global, esto implica a nivel de los Estados refrendar el compromiso de protección de los derechos de los consumidores en sus naciones, no solo mediante el fortalecimiento de normativas sobre la contratación electrónica, sino una serie de políticas públicas y una estrategia digital que genere un entorno habilitante deseable para estimular la confianza del consumidor en la contratación virtual. A su vez, que incluya equiparar los diferentes desarrollos legislativos sobre la protección de los derechos de los consumidores.

Por último, pero no menos importante, traemos a colación como un aspecto positivo a seguir impulsando, las iniciativas de autorregulación empresarial que brinden seguridad mediante prácticas como los sellos de confianza, de calidad y de datos privados, donde someten los sitios web a la auditoría de un tercero legitimado en un marco de un código de ética predeterminado.

En suma, la convención debe perseguir como uno de sus propósitos impulsar la contratación electrónica bajo parámetros de certeza, seguridad jurídica y confianza, como interés legítimo de los Estados hacia el crecimiento y estabilidad de su mercado interior, pero que también atienda con especial énfasis las necesidades legítimas y los derechos de los consumidores. Consideramos posible allanar el camino con fuerza vinculante para un cambio de rumbo en la globalización económica.

FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Bibliografía

- ADAMS, Suzi, *Cornelius Castoriadis, Key concepts*, London, Bloomsbury, 2014.
- ANHEIER, Helmut *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Civil Society*, Arlington, Springer, 2010.
- ARLEY ORDUÑA, Amanda María, “Necesidad de una protección al consumidor transfronterizo como obligación de un estado de derecho social internacional”, en Uscanga Barradas, Abril y Fernández Suárez, Jesús Aquilino (Dir.), *Derechos y obligaciones en el Estado de Derecho: Actas del III Coloquio Binacional México-España*, 2017.
- BALDWIN, Robert *et al.*, *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice*, 2a. ed., New York, Oxford University Press, 2012.
- BAYÓN, María Cristina (ed.), *Las grietas del neoliberalismo: dimensiones de la desigualdad contemporánea en México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, 2019.
- BECERRA RAMÍREZ, Manuel y ÁVALOS VÁZQUEZ, Roxana, *Derecho de los tratados. Teoría y práctica*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2020.
- BECK, Ulrich, *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Paidós, Buenos Aires, 2008.
- BECK, Ulrich, “Teoría de la modernización reflexiva”, en Beriain, Josetxo (comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, trad. de Celso Sánchez Capdequí, España, Anthropos, 1996.
- BECK, Ulrich, “Teoría de la sociedad del riesgo”, en Beriain, Josetxo (comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo*, trad. de Celso Sánchez Capdequí, España, Anthropos, 1996.
- BENÖHR, Iris, *EU Consumer Law and Human Rights*, Oxford, University Press, 2013.
- BONAVENTURA DE SOUSA, Santos y Rodríguez Garavito, César (eds.), *El derecho y la globalización desde abajo: Hacia una legalidad cosmopolita*, trad. de Carlos Morales de Setién Ravina, México, Anthropos, 2007.
- BOTERO GÓMEZ, Santiago, *Las empresas transnacionales y los derechos humanos*, México, Tirant lo blanch, 2019.
- BOURGUIGNON, François, *The globalization of inequality*, trad. de Thomas Scott-Railton, New Jersey, Princeton University Press, 2015.
- BÜRKLIN, Nina *et al.*, “The historical development of social commerce”, en Boardman, Rosy, Blazquez, Marta, Henninger, Claudia y Ryding Daniella (eds.), *Social commerce, Consumer behaviour in online environments*, Suiza, Palgrave Macmillan, 2019.
- CAMILLE JAUFFRET-SPINOSI, René David, *Los grandes sistemas jurídicos contemporáneos*, 11a. ed., trad. de Jorge Sánchez Cordero, México, UNAM, 2010.
- CAMPOS PEDROZA, Víctor, *Teoría pura de los derechos humanos*, México, Editorial Flores, 2018.

- CÁRCOVA, Carlos María, *Las Teorías Jurídicas Post Positivistas*, 2a. ed., Buenos Aires, Abeledo Perrot, 2009.
- CÁRDENAS DENHAM, Maximiliano y Domínguez Acosta, Noreli, “Acciones jurídicas novedosas de litigio estratégico en la representación colectiva y defensa de derechos humanos de los consumidores”, en Negrete Reveles, Oscar (coord.), *Nuevo Derecho de los Consumidores en México*, Porrúa, 2015.
- CASTAÑEDA, Mireya, *Compilación de tratados y observaciones generales del sistema de protección de derechos humanos de Naciones Unidas*, México, Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2015, p. 185.
- CASTELLS, Manuel, *Globalización, identidad y Estado en América Latina*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 1999.
- CASTELLS, Manuel, *La sociedad red*, 2a. ed., trad. de Carmen Martínez y Jesús Alborés, Madrid, Alianza Editorial, S.A., 2000.
- CASTILLO PARILLA, José Antonio, “El Impulso Normativo Europeo en el marco de la Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa y los principios de la contratación electrónica en España. Especial referencia al contrato para el suministro de contenido digital”, en Pastor García, Alicia María y Martens Jiménez, Isabel Luisa (coords.), *El Mercado Digital en la Unión Europea*, Madrid, Reus, S.A., 2019.
- CASTRILLÓN Y LUNA, Víctor Manuel y Becerril, Anahiby, *Contratación electrónica civil internacional*, México, Porrúa, 2015.
- CASTRILLÓN Y LUNA, Víctor Manuel, *Derecho Mercantil Internacional*, México, Porrúa, 2011.
- CIURIAK, Dan y PTASHKINA, Maria, *The digital transformation and the transformation of international trade*, Ginebra, RTA Exchange, International Centre for Trade and Sustainable Development and the Inter-American Development Bank, 2018.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *Derechos culturales y derechos humanos*, México, 2018.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *El derecho humano al medio ambiente sano para el desarrollo y bienestar*, México, 2016.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *Los derechos humanos culturales*, México, 2016.
- CONTRERAS BUSTAMANTE, Raúl y De la Fuente Rodríguez, Jesús (coords.), *Diccionario Jurídico*, México, UNAM, Tirant lo blanch, 2019.
- CRUZ PARCERO, Juan Antonio *et al.*, *Derechos económicos: una aproximación conceptual*, México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe y la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2019.
- CUEVAS VALENZUELA, Hernán y Véjar, Dasten Julián, “Capitalismo en el primer plano: Tensiones en el desarrollo latinoamericano (una introducción al debate)”, en Cuevas Valenzuela, Hernán *et al.* (eds.), *América Latina: Expansión capitalista, conflictos sociales y ecológicos*, Santiago, RIL editores, 2018.
- DE BÜREN, María Paula, “*Mont Pèrelin Society* en la articulación del discurso neoliberal”, en Ramírez, Hernán (coord.), *O neoliberalismo sul-americano em clave transnacional: enraizamento, apogeu e crise*, Brasil, Oikos, 2013.

- EAGLETON-PIERCE, Matthew, *Neoliberalism, The key concepts*, New York, Routledge, 2016.
- ESCALANTE GONZALBO, Fernando, *Historia mínima del neoliberalismo*, El Colegio de México, 2015.
- ESTRADA CUEVAS, Jorge Alberto, “De la desregulación a la regulación de la autorregulación de las empresas en México”, en Tapia Vega, Ricardo y Moreno Castillo, María Asunción (coords.), *Hacia el ámbito del Derecho Empresarial*, México, Ediciones Eternos Malabares, 2017.
- EVANS, Peter, “El eclipse del Estado”, en Carbonell, Miguel y Vázquez, Rodolfo, (coords.), *Globalización y Derecho*, Quito, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2009.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995.
- GARCÍA SAIS, Fernando, *Estado, mercado y derecho*, México, Tirant lo blanch, 2014.
- GARCÍA SAIS, Fernando, *Jurisprudencia del consumidor*, México, Tirant lo blanch, 2012.
- GIDDENS, Antony, *Un mundo desbocado, los efectos de la globalización en nuestras vidas*, México, Taurus, 2007.
- GILPIN, Robert, “Chapter 2: The Nature of Political Economy”. *Global Political Economy. Understanding the International Economic Order*, Princeton, Princeton University Press, 2001.
- GINEBRA, Xavier, *Derechos de los consumidores en la modernidad*, México, Tirant lo Blanch, 2018.
- GONZÁLEZ LUNA, María de los Ángeles, “El derecho humano al medio ambiente”, en De los Santos Cruz, Miguel Ángel (coord.), *Temas de derechos sociales y ambientales*, México, Tirant lo blanch, 2021.
- GONZÁLEZ RIVERA, Tatiana Vanessa, “La eclipsada protección de los consumidores en el contexto global, bosquejando una normativa internacional”, en Tapia Vega, Ricardo y Moreno Castillo, María Asunción (coords.), *Hacia el ámbito del Derecho Empresarial*, México, Ediciones Eternos Malabares, 2017.
- HART, Herbert, *El Concepto del Derecho*, Argentina, Abeledo-Perrot S.A., 1961.
- HELD, David, “¿Hay que regular la globalización? La reinención de la política”, en Carbonell Miguel y Vázquez Rodolfo, (coords.), *Globalización y Derecho*, Quito, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2009.
- HERREROS, Sebastián, *La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales. Algunas implicaciones políticas para América Latina y el Caribe*, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, 2019.
- HUALDE MANSO, Teresa, *Del consumidor informado al consumidor real. El futuro del Derecho de consumo europeo*, España, Dykinson, 2016.
- JIMÉNEZ-PIERNAS GARCÍA, Alberto, “La definición de la responsabilidad social corporativa a la luz de los principios rectores: una perspectiva de derechos humanos”, en Fernández Liesa, Carlos y López-Jacoiste Díaz, Eugenia (Dir.), *Empresas y Derechos Humanos*, España, Aranzadi, 2018.

- KAPLAN, Marcos, *Estado y Globalización*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2008.
- LASARTE ÁLVAREZ, Carlos, *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, 6a. ed., España, Dykinson, 2014.
- LÓPEZ-JACOISTE DÍAZ, Eugenia, “Los principios rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos”, en Fernández Liesa, Carlos y López-Jacoiste Díaz, Eugenia (Dir.), *Empresas y Derechos Humanos*, España, Aranzadi, 2018.
- MADRID PARRA, Agustín, “Desarrollo del Comercio Electrónico en el Mundo. El papel de la CNUDMI/UNCITRAL. Pasado, presente y futuro”, en Pastor García, Alicia María y Martens Jiménez, Isabel Luisa (coords.), *El Mercado Digital en la Unión Europea*, Madrid, Reus, S.A., 2019.
- MARX, Karl, *Miseria de la filosofía: respuesta a la filosofía de la miseria de Proudhon*, 10a. ed., ed. Martí Soler, México, Siglo XXI, 1987.
- MENZEL BAKER, Stacey *et al*, “Consumer Vulnerability: Foundations, phenomena, and future investigations”, en Hamilton, Kathy *et al.* (eds.), *Consumer Vulnerability: Conditions, contexts and characteristics*, New York, Routledge, 2016.
- MICKLITZ, Han W. y Durovic, Mateja, *Internationalization of consumer law, A game changer*, Suiza, Springer, 2017.
- MICKLITZ, Hans W., “Consumer law in the digital economy”, en Kono, Toshiyuki *et al* (eds.), *Transnational commercial and consumer law, Current trends in international business law*, Singapur, Springer, 2018.
- MUÑOZ AGREDO, Mario Fernando, *La libertad de contratación y sus límites en el estado social de derecho*, Madrid, Universidad Carlos III, 2020.
- NATAL, JORGE, *O desenvolvimento brasileiro recente. Da crítica da economia política ao planejamento urbano e regional crítico*, Río de Janeiro, Letra Capital, 2020.
- OLSEN, NIKLAS, *The Sovereign Consumer: A New Intellectual History of Neoliberalism*, Copenhagen, Palgrave Macmillan, 2019.
- OVALLE FAVELA, José, *Derechos de los Consumidores*, 3a. ed., México, UNAN, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015.
- OVALLE FAVELA, José, *Derechos del consumidor*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2000.
- PERREZNIETO CASTRO, Leonel, *Derecho Internacional Privado*, 10a. ed., México, Oxford University Press, 2015.
- PUELLO-SOCARRÁS, José Francisco, “Ocho tesis sobre el neoliberalismo (1973-2013)”, en Estay, Jaime y Arancibia, Juan (coords.), *Capitalismo en el nuevo siglo: el actual desorden mundial*, México, Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM, 2016.
- ROBLES FARÍAS, Diego, *Derecho contractual internacional*, México, Tirant lo blanch, 2021.
- ROBLES FARIAS, Diego, *Teoría general de las obligaciones*, México, Tirant lo blanch, 2022.
- ROBLES PEIRO, Rocío Haydee, “La eficacia de la protección del derecho del consumidor en México”, en Negrete Reveles, Oscar (coord.), *Nuevo Derecho de los Consumidores en México*, México, Porrúa, 2015.

- RODRÍGUEZ AYUSO, Juan Francisco, “Servicios de confianza en materia de transacciones electrónicas. El nuevo reglamento europeo 910/2014”, en Pérez Gallardo, Leonardo B. (coord.), *Contratación electrónica y protección de los consumidores, una visión panorámica*, Madrid, Reus, 2017.
- RODRÍGUEZ GARAVITO, César, *La Globalización del Estado de Derecho. El neoconstitucionalismo, el neoliberalismo y la transformación institucional en América Latina*, Bogotá, Ediciones Uniandes, 2009.
- SAHIÁN, José Humberto, *Dimensión constitucional de la tutela de los consumidores. Progresividad y control de regresividad de los derechos de los consumidores*, Universidad Complutense de Madrid, 2016.
- SALGADO LEDESMA, Eréndira, “La protección del consumidor en la interpretación legal y constitucional”, en Godínez Méndez, Wendy y García Peña, José Heriberto (coords.), *Derecho económico y comercio exterior*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015.
- SANDEL, Michael, *Justicia ¿Hacemos lo que debemos?*, Editorial Debate, 2011.
- SAYAGO ARMAS, Diana, *Dignidad y Derecho*, Valencia, Tirant lo blanch, 2021.
- SMITH, Adam, *La riqueza de las naciones*, trad. de Carlos Rodríguez Braun, Madrid, Alianza Editorial, 1996.
- SMITH, Adam, *Teoría de los sentimientos morales*, trad. de Edmundo O’Gorman, México, El Colegio de México, 1941.
- STEARNS, Jonathan, “Consumer vulnerability is market failure”, en Hamilton, Kathy et al. (eds.), *Consumer Vulnerability: Conditions, contexts and characteristics*, New York, Routledge, 2016.
- STIGLITZ, Joseph Eugene, *El malestar en la globalización*, Madrid, Taurus, 2002.
- TANG, Zheng Sophia, *Electronic consumer contract in the conflict of law*, 2a. ed., Oregon, Hart Publishing, Oxford, 2015.
- TITI, Catharine, *The evolution of substantive investment protections in recent trade and investment treaties*, Ginebra, RTA Exchange, International Centre for Trade and Sustainable Development and the Inter-American Development Bank, 2018.
- TOR, Avishalon, “Justifying competition law in the face of consumers’ bounded rationality”, en Mathis, Klaus y Tor, Avishalon (eds.), *New developments in competition law and economics*, Suiza, Springer, 2019.
- TOVAR-RESTREPO, Marcela, Castoriadis, *Foucault and autonomy. New approaches to subjectivity, society, and social change*, London, Continuum studies in continental philosophy, 2012.
- TRON PETIT, Jean Claude, “Artículo 28. Prohibición de monopolios”, en Mac-Gregor Poisot, Eduardo Ferrer et al. (coords.), *Derechos Humanos en la Constitución: Comentarios de jurisprudencia constitucional e interamericana I*, México, Corte Suprema de Justicia de la Nación, UNAM, 2013.
- TURNER, Bryan, *The Cambridge Dictionary of Sociology*, Cambridge University Press, New York, 2006.
- VEIGA COPO, ABEL, *Consumidor Vulnerable*, España, Editorial Aranzadi, 2021.
- WALLERSTEIN, Immanuel Maurice, *Análisis del Sistemas-Mundo: una introducción*, 2a. ed., trad. de Carlos Daniel Schroeder, México, Siglo XXI, 2005.

Revistas indexadas

- ALDANA ZAVALA, Julio Juvenal y ISEA, Josía, "Derechos humanos y dignidad humana", *Iustitia Socialis*, Venezuela, año III, vol. 3, núm. 4, enero-junio, 2018.
- ÁLVAREZ ESTRADA, Jassir y HERRERA TAPIAS, Belinha, "Contrato por adhesión y relación de consumo en el Estatuto del Consumidor Colombiano", *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 22, núm. 1, enero-marzo, 2016.
- ARISTIZÁBAL-JOHNSON, Cristina, "Falta de protección del consumidor internacional como situación que desfavorece el desarrollo económico global", *Journal of International Law*, vol. 5, 01, enero-junio, Colombia, 2014.
- ARTEAGA SALGADO, Alicia Karelia, "La dimensión sociolaboral de la responsabilidad social empresarial y las empresas transnacionales ¿un binomio imperfecto?", Nicaragua, *Revista de Derecho*, Universidad Centroamericana, núm. 25, 2018.
- CARRASCO PEREIRA, Ángel, "Consumidores vulnerables", *Otros sí*, España, núm. 8, 2021.
- CASCO, Alex Rigoberto, "Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor", *INNOVARE Revista de Ciencia y Tecnología*, vol. 9, núm. 2, 2020.
- CASTRILLÓN Y LUNA, Víctor Manuel, "La solución de diferencias en el ámbito internacional", *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 6, núm. 32, abril-septiembre, 2012.
- CERDA DUEÑAS, Carlos, "El principio de responsabilidades comunes pero diferenciadas", *Revista Tribuna Internacional*, México, vol. 5, núm. 10, 2016.
- CERDA DUEÑAS, Carlos, "La nota diplomática en el contexto del *soft law* y de las fuentes de derecho internacional", *Revista de Derecho*, México, 2017, vol. 30, núm. 2, diciembre 2017.
- COPELLI ORTIZ, Gerardo, "La globalización económica del siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización", *Estudios internacionales*, vol. 50, núm. 191, Santiago, diciembre, 2018, en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-37692018000300057&script=sci_arttext&lng=e, consultada el 10 de junio de 2020.
- DABAT, Alejandro *et al.*, "Capitalismo actual, crisis y cambio geopolítico global", *Journal of Economic Literature*, México, vol. 12, núm. 26, 2015.
- DARDOT, Pierre y LAVAL, Christian, "*Neoliberalismo e subjetivação capitalista*", *Revista o olho da historia*, núm. 22, abril, 2016.
- DE LA MAZA GAZMURI, Iñigo, "Contratos por adhesión y cláusulas abusivas ¿Por qué el Estado y no solamente el mercado?", *Revista Chilena de Derecho Privado*, núm. 1, 2003.
- DÍAZ REVORIO, Francisco Javier, "Dignidad humana, fundamentación de los derechos y derechos de la naturaleza", en Ibarra Olguín, Ana María *et al.* (eds.), *Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, México, Suprema Corte de Justicia de la Nación, año VII, núm. 12, enero-junio, 2021.
- DREYZIN DE KLOR, Adriana, "El Derecho Internacional Privado y las relaciones de consumo", *Revista de la Facultad*, vol. 5, núm. 1, 2014.

- DROGUETT JAMETT, Andrea Carolina y Teixeira Schweizer, Luciano, “Mudanças no Comportamento do Consumidor nos Cenários pós COVID-19: O Consumidor Brasileiro em 2025”, *Revista Psicologia: Organizações & Trabalho*, núm. 21, 2020, en <https://doi.org/10.5935/rpot/2021.1.20553>, consultada el 18 de febrero de 2022.
- ELIZALDE CASTAÑEDA, Rodolfo Rafael y MORALES ARZATE, Carlos Bonzo, “Los derechos difusos en México. Una mirada desde el Derecho Comparado”, *Revista de investigación en Derecho, Criminología y Consultoría Jurídica*, vol. 12, núm. 23, abril-septiembre, 2018.
- ESTEBAN DE LA ROSA, Fernando, “Régimen de la resolución alternativa y en línea de litigios de consumo transfronterizos tras el nuevo marco europeo y la Ley 7/2017”, *Revista de arbitraje comercial y de inversiones*, vol. 10, núm. 2, 2017.
- FEO PARRONDO, Francisco, “Las políticas de protección de los consumidores: Distintas escalas territoriales”, *Investigaciones Geográficas*, España, núm. 25, enero-junio, 2001.
- FITZPATRICK, Brian, “*Can the class action be made business friendly*”, *Legal studies research paper series*, Vanderbilt University Law School, núm. 20-32, 2018.
- FLASS, Ghunter, “El concepto del consumidor”, *Anuario del Derecho Civil*, núm. 12, 2017.
- GARCÍA SALAZAR, Luisa Fernanda y Reyes Sánchez, Angélica María, “Resolución alternativa de conflictos: Mediación en línea como protección a los derechos del consumidor electrónico”, *Iustitia, Ubi non est iustitia, ibi non potest esse jus*, núm. 14, 2016.
- GASCÓN INCHAUSTI, Fernando, “¿Hacia un modelo europeo de tutela colectiva?”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 12, núm. 2, octubre, 2020.
- GIMÉNEZ, Gilberto, “Identidades en globalización”, *El Espiral*, vol. 7, núm. 19, septiembre-diciembre, 2000.
- GUTMANN, Thomas, “Dignidad y autonomía. Reflexiones sobre la tradición kantiana”, trad. de Carlos Emel Rendón, *Estudios de filosofía*, núm. 59, enero-junio, 2019.
- ISLER SOTO, Erika, “La inocuidad: principio informante y de la adecuación de deberes preventivos y buenas prácticas en la atención remota y presencial del consumidor en el contexto de la pandemia de COVID-19”, *Revista de la Facultad de Derecho*, núm. 85, diciembre-mayo, 2020.
- IZQUIERDO MUCIÑO, Martha Elba, “La defensa de los consumidores y las acciones colectivas en México”, *Revista de Derecho UNED*, núm. 11, 2012.
- IZQUIERDO MUCIÑO, Martha, “Acciones colectivas a favor de los consumidores”, *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, núm. 45, 2011.
- JOLLY, Richard, “*The 2010 UNCTAD LDC Report: A call for action*”, *European Journal of Development Research*, vol. 23, núm. 1, 2011.
- JUÁREZ PÉREZ, Pilar, “La ley rectora de los contratos internacionales de consumo: El sistema del Reglamento No. 593/2008 (Roma I)”, *Estudios de Deusto*, vol. 58, núm. 1, Bilbao, enero-junio, 2010.

- KOWALCZYK, Stanisław, “Koncepcja życia społecznego klasycznego liberalizmu”, *Roczniki Nauk Społecznych*, vol. 22-23, núm. 1, 2020.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David y Monroy Antón, Antonio, “El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor”, *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, vol. 23, núm. 47, enero-marzo, 2013.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, David, “Los códigos de conducta como instrumento de protección del consumidor y usuario en materia de comercio electrónico”, *Anales de la Facultad de Derecho*, núm. 26, diciembre, 2009.
- MAGALONI KERPEL, Ana Laura, “¿Cómo estudiar el derecho desde una perspectiva dinámica?”, *Reforma Judicial. Revista Mexicana de Justicia*, México, núm. 23-24, enero-diciembre, 2016.
- MARQUES CEBOLA, Cátia, “Mediación y arbitraje de consumo: una visión comparada de los modelos portugués y español”, *Revista de Estudios de Derecho y Ciencia Política*, núm. 25, septiembre, 2017.
- MARUGÁN ESCOBEDO, Elvira, “Mediación de consumo: Una perspectiva española y europea”, *Anuario de la Facultad de Derecho. Universidad de Extremadura*, núm. 35, 2019.
- MEJÍA CÁEZ, Miguel Ramón, “El derecho internacional de los derechos humanos, un nuevo concepto”, *Justicia*, núm. 32, julio-diciembre, 2017.
- MELLADO RUIZ, Lorenzo, “La protección de los consumidores vulnerables en tiempos de covid-19”, *Ars Iuris Salmanticensis Tribuna de Actualidad*, vol. 9, junio, 2021.
- MERLO, Carlos Alberto, “El neoliberalismo, dos lecturas: Teoría económico-política o racionalidad-gubernamental o razón-mundo”, *Intersticios de la política y la cultura. Intervenciones latinoamericanas*, Argentina, vol. 7, núm. 13, 2018.
- MONTESINOS GARCÍA, Ana, “La tutela extrajudicial de los derechos e intereses colectivos”, *Indret: Revista para el Análisis del Derecho*, núm. 3, 2018.
- MORENO GONZÁLEZ, Jimena et al., “Ciberseguridad: estado de la cuestión en América Latina”, *Revista de Administración Pública*, vol. 54, núm. 148, 2019.
- MOYN, Samuel, “Un compañero débil: los derechos humanos en la era del neoliberalismo”, en Ibarra Olgún, Ana María et al. (eds.), *Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, México, Suprema Corte de Justicia de la Nación, año VII, núm. 12, enero-junio, 2021.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, “Industry self-regulation: Role and use in supporting consumer interest”, *Digital Economy Papers*, Paris, núm. 247, 2015, en <https://doi.org/10.1787/5js4k1fjqkwh-en>, consultada el 5 de mayo de 2022.
- ORTNER, Sherry, “Sobre el neoliberalismo”, trad. de Alina Horta y Rodrigo Llanes, *Antrópica. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, vol. 1, núm. 1, enero-junio, 2015.
- OVALLE FAVELA, José, “Legitimación en las acciones colectivas”, *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, núm. 138, septiembre-diciembre, 2013.
- PECK, Jamie, “Neoliberalismo y crisis actual”, *Documentos y aportes en administración pública y gestión estatal (DAAPGE)*, vol. 12, núm. 19, 2012.
- PFEFFERKORN, Roland, “Adam Smith, un liberalismo bien temperado”, *Sociedad y Economía*, núm. 14, junio, 2008.

- PLATERO ALCÓN, Alejandro y JIMÉNEZ ASENSIO, Cristina, “El consumidor online en el ordenamiento jurídico español”, *Revista Nuevo Derecho*, vol. 13, núm. 21, julio-diciembre, 2017.
- Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), “Acción colectiva, tu derecho”, *Revista del consumidor*, núm. 488, 2017, pp. 18-21, en https://issuu.com/profeco/docs/edicio__n_nu__mero_488_octubre_2017/20, consultada el 8 de mayo de 2020.
- PULIDO RIVEROS, Juan Camilo, “El *soft law* en el derecho privado: Sostén a la teoría de la nueva *Lex Mercatoria*”, *Revista de Derecho y Ciencias Sociales*, Bogotá, 2018, vol. 11, núm. 14, enero-junio.
- REJANOVINSHI TALLEDO, Moisés, “Protección al consumidor y propuesta estatal en autorregulación privada y procedimientos administrativos: una aproximación inicial”, *Ius et veritas*, núm. 54, julio, 2017.
- RUIZ DÍAZ, Gonzalo, “Soberanía del consumidor y libertad de elección en países en desarrollo”, *Revista de Economía Institucional*, vol. 20, núm. 38, 2018.
- SÁENZ-DE-UGARTE SEVILLA, Loreto, “Revisión crítica del consumo en el Siglo XXI. ¿Nuevas formas de politizar la ciudadanía?”, *Inguruak: Soziologia eta zientzia politikoaren euskal aldizkaria*, núm. 66, 2019.
- SASSEN, Saskia, “Una sociología de la globalización”, *Análisis político*, Bogotá, núm. 61, septiembre-diciembre, 2007.
- SCHU, Reinhard, “The applicable law to consumer contracts made over the internet: Consumer protection through private international law”, *International Journal of Law and Information Technology*, vol. 5, núm. 2, 1997.
- SCOTTI, Luciana Beatriz, “Avances con miras a la protección de los consumidores en el Mercosur”, *Revista Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*, Argentina, vol. 16, núm. 49, 2019.
- TAMBUSSI, Carlos Eduardo, “Consumidores, usuarios y la constitucionalización del Derecho Privado en el Nuevo Código Civil y Comercial de la Argentina”, *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad de Alas Peruanas*, vol. 17, núm. 14, 2016.
- TAMBUSSI, Carlos Eduardo, “El necesario abordaje interdisciplinario del fenómeno del consumo, sociología, política y ambiente”, *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, vol. 3, núm. 15, 2015.
- TAMBUSSI, Carlos Eduardo, “Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos”, *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad de Alas Peruanas*, vol. 12, núm. 13, 2014.
- TAPIA VEGA, Ricardo, “Reflexiones sobre derechos humanos, derechos fundamentales y garantías”, *Contextos Jurídicos en claves de Derechos Humanos*, México, Ediciones Eternos Malabares, 2017.
- TERPAN, Fabian, “*Soft law in the European Union-The changing nature of EU Law*”, *European Law Journal*, 2015, vol. 21, núm. 1, enero 2015.
- TORRES BUTELER, Eduardo, “La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos”, *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de Córdoba*, vol. 2, 2013.

- URUEÑA LÓPEZ, Alberto y HIDALGO NUCHERA, Antonio, “La confianza en el comercio electrónico. Políticas de fomento de la confianza en el ámbito digital”, España, *Economía industrial*, núm. 399, 2016.
- VALLEJO BALLESTEROS, Henry Fernando *et al.*, “Minería de datos”, *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, vol. 2, núm. especial, 2018.
- VARGAS HERNÁNDEZ, José, “Análisis crítico del capitalismo transnacional”, *Scripta Ethnologica*, Argentina, vol. 30, 2008.
- VARGAS HERNÁNDEZ, José, “Liberalismo, Neoliberalismo, Postneoliberalismo”, *MAD-Revista del Magíster en Análisis Sistemático Aplicado a la Sociedad*, núm. 17, septiembre, 2007.
- VEGA CLEMENTE, Virginia, “Principios jurídicos que inspiran el comercio electrónico”, *Anuario de la Facultad de Derecho*, núm. 32, 2015-2016.
- VEGA CLEMENTE, Virginia, “Revolución tecnológica y Derecho Mercantil”, *Revista de estudios económicos y empresariales*, núm. 30, 2018.
- VILLAMIL RINCÓN, Ernesto, “Debido proceso colectivo; La representatividad adecuada en las acciones colectivas norteamericanas (*class action*)”, *Revista de Derecho Privado*, núm. 57, enero-junio, 2017.

Fuentes electrónicas

- Acta Única Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:11986U/TXT&from=ES>, consultada el 22 de marzo de 2021.
- Acuerdo del Mercosur sobre derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=AxoXyt3+jHOnckXgOeDMzA%3d%3d, consultada el 2 de junio de 2021.
- Acuerdo por el que se da a conocer el Programa institucional 2020-2024 de la Procuraduría Federal del Consumidor, Publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 29 de septiembre de 2020, México, en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5601406&fecha=29/09/2020#gsc.tab=0, consultada el 10 de noviembre de 2020.
- Agenda en <https://unctad.org/meeting/eighth-united-nations-conference-competition-and-consumer-protection#tab-2>, consultada el 25 de octubre de 2020.
- Asociación de Internet MX, en <https://sellosdeconfianza.org.mx/>, consultada el 7 de marzo de 2022.
- Asociación Mexicana de Internet, Estudio de Comercio Electrónico en México 2018, en <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/Estudio-de-Comercio-Electronico-en-Mexico-2018/lang,es-es/?Itemid=>, consultada el 16 de noviembre de 2019.
- Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cross-border?q=cross-border+>, consultada el 5 de abril de 2021.

- Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>, 10 de marzo de 2021.
- Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Mercantil Internacional, Ley modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico con la Guía para su incorporación al derecho interno 1996, con el nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998, en <https://uncitral.un.org/es/texts/ecommerce>, consultada el 17 de junio de 2020.
- Comisión Europea, Consumidores: el consumidor es lo primero, Bruselas, 2016, en <https://data.europa.eu/doi/10.2775/90287>, consultada el 11 de noviembre 2020.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos, ¿Qué son los derechos humanos?, en <https://www.cndh.org.mx/derechos-humanos/que-son-los-derechos-humanos>, consultada el 25 de febrero de 2021.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos, *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, y su Protocolo Facultativo*, México, 2012, p. 5, en https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/7_Cartilla_PIDESCyPF.pdf, consultada el 15 de noviembre de 2021.
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, Nota técnica de la secretaría, Tema 8 del programa: Las leyes, políticas y normativas de protección del consumidor en respuesta a la pandemia del COVID-19 y después de esta, Ginebra, 5 y 6 de julio de 2021, en https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd23_es.pdf, consultada el 25 de febrero de 2022.
- Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Directrices para la protección del consumidor*, 2016, en https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf, consultada el 20 de agosto de 2019.
- Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), *Manual on consumer protection*, Suiza, 2017, en https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplp2017d1_en.pdf, consultada el 20 de agosto de 2019.
- Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, *Competition and consumer protection*, en <https://unctad.org/Topic/Competition-and-Consumer-Protection>, consultada el 21 de octubre de 2020.
- Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, *The UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean*, en <https://unctad.org/webflyer/unctad-b2c-e-commerce-index-2020-spotlight-latin-america-and-caribbean>, consultada el 28 de octubre de 2021.
- Consumer International*, Sesión informativa sobre el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores 2018: Acceso al comercio electrónico. Hacer mercados digitales más justo, en https://www.consumersinternational.org/media/154773/access_briefing_spanish.pdf, consultada el 31 de mayo de 2020.

- Consumer International, Summit 2019, Highlights Report*, en <https://www.consumersinternational.org/summit-2019/>, consultada el 29 de noviembre de 2019.
- Consumers International, 50 Years of the global consumer movement, 1960-2010*, en https://www.consumersinternational.org/media/2066/ci_at_50_eng.pdf, consultada el 2 de diciembre de 2020.
- Consumers International, Nuestra estrategia*, en <https://es.consumersinternational.org/who-we-are/our-strategy/>, consultada el 2 de diciembre de 2020.
- Convenio sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Convenio de Roma), del 19 de junio de 1980, en <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2005:334:0001:0027:ES:PDF>, consultada el 23 de abril de 2021.
- Cortés, Sandra, *Telemática*, Bogotá, Fundación Universidad del Área Andina, 2017, en <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1241>, consultada el 20 de febrero de 2022.
- Diccionario panhispánico del español jurídico, *Organización internacional*, en <https://dpej.rae.es/lema/organizaci%C3%B3n-internacional>, consultada el 27 de octubre de 2020.
- Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2020 relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32020L1828>, consultada el 10 de febrero de 2021.
- Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2020 relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32020L1828>, consultada el 10 de febrero de 2021.
- Directiva 2009/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/TXT/?uri=CELEX:32009L0022>, consultada el 10 de mayo de 2021.
- Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, en <https://www.boe.es/doue/2013/165/L00063-00079.pdf>, consultada el 23 de abril de 2021.
- Escuela Mercosur de defensa del consumidor, en <http://campus-mercosur.produccion.gob.ar/>, consultada el 2 de junio de 2021.
- Federal Rules of Civil Procedure, Rule 23. Class Actions*, en https://www.law.cornell.edu/rules/frcp/rule_23, consultada el 19 de agosto de 2021.
- Grupo Intergubernamental de Expertos en Derechos y Políticas de Protección del Consumidor, en <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer->

- protection/intergovernmental-group-of-experts-on-consumer-protection*, consultada el 27 de octubre de 2020.
- Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la aplicación de la Directiva 2009/22/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52012DC0635>, consultada el 30 de abril de 2021.
- Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), Principios, en https://www.unidroit.org/spanish/principles/contracts/principles2016/principle_s2016-blackletter-s.pdf, consultada el 10 de mayo de 2022.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI), *Índice Nacional de Precios al Consumidor*, en <https://www.inegi.org.mx/temas/inpc/>, consultada el 28 de octubre de 2021.
- Instrumentos legales de la OCDE en <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments?mode=advanced&typelds=3,2,4&committeelds=1677,1837&dateType=adoption>, consultada el 28 de octubre de 2020.
- Naciones Unidas, Declaración Universal de los Derechos Humanos, en <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>, consultada el 28 de febrero de 2021.
- Naciones Unidas, Estatuto de la Corte Internacional de Justicia, en <https://www.un.org/es/documents/icjstatute/chap2.htm>, consultada el 15 de marzo de 2021.
- Naciones Unidas, Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor, segundo período de sesiones, Ginebra, 3 y 4 de julio del 2017, en https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/cicplpd7_es.pdf, consultada el 29 de noviembre de 2019.
- Naciones Unidas, Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles 2020, en https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Spanish.pdf, consultada el 25 de octubre de 2020.
- Nuevas reglas para permitir la acción colectiva del consumidor de la UE, en <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20200630STO82384/nuevas-reglas-para-permitir-la-accion-colectiva-del-consumidor-de-la-ue>, consultada el 20 de agosto de 2021.
- Oficina de Seguridad del Internauta, en <https://www.osi.es/es/actualidad/blog/2018/04/05/sellos-de-confianza-que-son-y-en-que-nos-ayudan>, consultada el 10 de marzo de 2022.
- Organización Mundial del Comercio, ¿Qué es la OMC?, en https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm, consultada el 26 de septiembre de 2022.
- Organización Mundial del Comercio, ¿Qué es la OMC?, en https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/inbrief_s/inbr_s.htm, consultada el 26 de septiembre de 2022.

- Organización Mundial del Comercio, Informe sobre el Comercio Mundial 2018: El futuro del Comercio Mundial: cómo las tecnologías digitales están transformando el comercio global, Suiza, 2018, en https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr18_s.htm, consultada el 29 de noviembre de 2019.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, Directrices de la OCDE para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas, en <https://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>, consultada el 2 de abril de 2021.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Acerca de, en <https://www.oecd.org/acerca/>, consultada el 27 de octubre de 2020.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Challenges to consumer policy in the digital age, Background Report, G20 International Conference on Consumer Policy*, Tokushima, Japón, 5-6 septiembre 2019, en <https://www.oecd.org/sti/consumer/challenges-to-consumer-policy-in-the-digital-age.pdf>, consultada el 31 de mayo de 2020.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Economic Outlook, Interim Report September 2021: Keeping the Recovery on Track*, en <https://doi.org/10.1787/490d4832-en>, consultada el 28 de octubre de 2021.
- Procuraduría Federal del Consumidor, ¿Qué hacemos?, en <https://www.gob.mx/profeco/que-hacemos>, consultada el 20 de noviembre de 2020.
- Procuraduría Federal del Consumidor, Concilianet, en <https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/inicio.jsp>, consultada el 29 de junio de 2020.
- Protocolo adicional al Tratado de Asunción sobre la estructura institucional del Mercosur, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=QvE8z5bllxmQDCfTQ9YVBA==, consultada el 2 de junio de 2021.
- Protocolo de Santa María sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=lkk90C8cjD%2f9eWgqGr%2fGgA%3d%3d, consultada el 2 de junio de 2021.
- Recomendación de la comisión sobre los principios comunes aplicables a los mecanismos de recurso colectivo de cesación o de indemnización en los Estados miembros en caso de violación de los derechos reconocidos por el Derecho de la Unión, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32013H0396&qid=1630282749117>, consultada el 20 de agosto de 2021.
- Reglamento (CE) No. 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo del 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I), en <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:177:0006:0016:ES:PDF>, consultada el 20 de abril de 2021.
- Reglamento 1215/2012, de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia

- civil y mercantil, en <https://www.boe.es/doue/2012/351/L00001-00032.pdf>, consultada el 23 de abril de 2021.
- Reglamento 593/2008 (Roma I), del 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, en <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:177:0006:0016:ES:PDF>, consultada el 20 de abril de 2021.
- Resolución sobre el Acta Única Europea (AUE), en <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/files/in-the-past/ep-and-treaties/single-european-act/es-resolution-on-the-single-european-act-19861211.pdf>, consultada el 22 de marzo de 2021.
- Secretaría de Economía, Programa sectorial de Economía 2020-2024, Publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 24 de junio de 2020, México, en http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5595481&fecha=24/06/2020#gsc.tab=0, consultada el 10 de noviembre de 2020.
- Secretaría de Gobernación, “Plan Nacional de Desarrollo y programas sectoriales 2019-2024”, en <http://www.ordenjuridico.gob.mx/sectoriales.php#gsc.tab=0>, consultada el 28 de octubre de 2020.
- Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 28 de julio de 2016, Verein für Konsumenteninformation contra Amazon EU Sàrl, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A62015CJ0191&qid=1618720443646>, consultada el 10 de mayo de 2021.
- Tratado de Amsterdam por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea, los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas y determinados actos conexos, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:11997D/TXT>, consultada el 10 de marzo de 2021.
- Tratado de la Unión Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:11992M/TXT>, consultada el 10 de marzo de 2021.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Comercio Digital, en <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/19ESPCComercioDigital.pdf>, consultada el 7 de mayo de 2021.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Empresa propiedad del Estado y monopolios designados, en <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/22ESPEmpresasPropiedaddelEstadoyMonopoliosDesignados.pdf>, consultada el 7 de mayo de 2021.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en http://www.sice.oas.org/Trade/nafta_s/CAP01.asp#A102, consultada el 7 de mayo de 2021.
- Tratado de Lisboa por el que se modifica el Tratado de la Unión Europea y el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2007:306:FULL&from=ES>, consultada el 10 de abril de 2021.
- Tratado entre Estados Unidos México, Estados Unidos de América y Canadá, en <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/00ESPPreambulo.pdf>, consultada el 7 de mayo de 2021.

Tratado para la constitución de un mercado común, en https://www.mre.gov.py/tratados/public_web/DetallesTratado.aspx?id=0GXnoF+V0qWCz+EoiVAdUg==, consultada el 2 de junio de 2021.

Leyes y códigos

Código Federal de Procedimientos Civiles, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de febrero de 1943, México.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el 5 de febrero de 1917, México.

Ley 26.994, Código Civil y Comercial de la Nación, promulgado según decreto 1795/2014 de la República de Argentina.

Ley 842, Ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, Ley publicada en el Diario Oficial La Gaceta, el 11 de julio de 2013, Nicaragua.

Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de diciembre de 1992, México.

Tesis y jurisprudencia

Tesis jurisprudencial, P./J. 97/2005, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Pleno, Registro 177519, Materia Administrativa, t. XXII, agosto de 2005.

Tesis jurisprudencial, 1a./J. 100/2005, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Primera Sala, Registro 177527, Materia Constitucional y Administrativa, t. XXII, agosto de 2005.

Tesis jurisprudencial, 1a./J. 101/2005, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Primera Sala, Registro 177528, Materia Constitucional y Administrativa, t. XXII, agosto de 2005.

Tesis aislada 1a.CCCXIII/2018 (10.a), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2018629, Material Constitucional y Administrativa, t. I, diciembre de 2018.

Tesis aislada, I.4o.C.39C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2012467, Materia Civil, t. IV, septiembre de 2016.

Tesis aislada, 1a. CI/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008649, Materia Administrativa y Civil, t. II, marzo de 2015.

Tesis aislada, 1a. XCVIII/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008645, Materia Administrativa, t. II, marzo de 2015.

Tesis aislada, 1a. XCIX/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008644, Materia Administrativa, t. II, marzo de 2015.

- Tesis aislada, 1a. XCVII/2015 (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008636, Materia Constitucional, t. II, marzo de 2015.
- Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Primera Sala, Registro 2008086, Materia Constitucional, t. I, diciembre de 2014.
- Tesis aislada, I.1o.A.E.9 A (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2005854, Materia Administrativa, t. II, marzo de 2014.
- Tesis aislada I.5o.C.51 C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2004286, Materia Civil, t. III, agosto de 2013.
- Tesis aislada I.5o.C.46 C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2004287, Materia Civil, t. III, agosto de 2013.
- Tesis aislada I.3o.C.53.C (10a.), Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Décima Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 2002127, Materia Constitucional y Civil, t. III, noviembre de 2012.
- Tesis aislada, I.7o.C.155C, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 163382, Materia Civil, t. XXXII, diciembre de 2010.
- Tesis aislada, I.7o.C.153, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Primer Circuito, Registro 163370, Materia Civil, t. XXXII, diciembre de 2010.
- Tesis aislada, I.4o.C.135C, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 169985, Materia Civil, t. XXVII, abril de 2008.
- Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Novena Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 201604, Materia Civil, t. IV, agosto de 1996.
- Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Octava Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 221091, Materia Civil, t. VIII, diciembre de 1991.
- Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Octava Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 223892, Materia Civil, t. VII, enero de 1991.
- Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Octava Época, Tribunales Colegiados de Circuito, Registro 230349, Materia Administrativa, t. II, diciembre de 1988.
- Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación y Gaceta, Quinta Época, Segunda Sala, Registro 335243, Materia Administrativa, t. XLV.

Conferencias

- IZAGUIRRE, Arnau, "Conferencia Magistral: La protección internacional del consumidor: Directrices de Naciones Unidas", *Centro de Estudios en Libre*

Competencia y BB, 6 de junio de 2017, video, 1h34m34s, <https://www.youtube.com/watch?v=Dapp-SptOGU&list=PL1YNPBlqikeFEXJxCIIWugk-gcxVGhGB>, consultada el 3 de abril de 2021.

IZQUIERDO MIÑO, Emilio, “Estado del proceso hacia un instrumento vinculante sobre empresas y derechos humanos”, en *VI Foro Regional de Empresas y Derechos Humanos*, 6 de octubre de 2021.

MENDIZÁBAL CHACÓN, Nuria Melani, “Diplomado: La Suprema Corte y los Derechos Humanos, Módulo VIII”, *Casas de la Cultura Jurídica SCJN*, en <https://www.youtube.com/watch?v=uMBSppWM890>, consultada el 13 de octubre de 2021.

MORALES BARUD, Jorge, *Economía de la Globalización*, Clase presentada en la Universidad Nacional Autónoma del Estado de Morelos de Cuernavaca, México, 2019.

STIGLITZ, Joseph, “El experimento del neoliberalismo resultó ser un fracaso abismal”, *France 24 español*, 11 de febrero de 2020, video, 12m47ss, <https://www.youtube.com/watch?v=FjKhU78VAnc>, consultada el 20 de mayo de 2021.

ANEXO No. 1
Entrevista Asociación de Internet MX
Julio César Vega, Director General
director@asociaciondeinternet.mx

Objetivos:

- 1) Conocer los mecanismos que ofrece la asociación a su membresía empresarial para promover la confianza en línea de los consumidores.
- 2) Conocer la perspectiva en el contexto actual del comercio electrónico versus la seguridad en la contratación para los consumidores.

Pregunta 1: Nos podría compartir cuáles son las líneas de trabajo de la asociación para promover la seguridad en la contratación electrónica, y sobre ésta cuáles han sido los principales desafíos, desde los diferentes grupos de interés (*stakeholders*).

Como asociación propiamente lo más destacado que yo podría mencionarte es en nuestro programa de sellos de confianza, y esto creo que parece que es muy relevante. Perdón, te acabo de mandar una liga de un video de un evento que tuvimos hoy con el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, de responsabilidad de intermediarios que, si bien va más dirigido al tema de libertad de expresión, también se tocaron algunas cuestiones de responsabilidad de intermediarios en la parte comercial, entonces bueno, pues ahí también hay algo de material.

Bueno, mira, lo que conlleva el programa de centros de confianza es un mecanismo de autorregulación a través del cual las empresas y los usuarios de internet (y ahorita ahora me entenderás por qué hablo primero de usuarios y no de consumidores) tienen a un tercero de confianza, en este caso la Asociación de internet, para poder dirimir controversias, y te platico cómo nace este esfuerzo: este esfuerzo nace en 2005 a través del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), en esos momentos de la regulación en el país lo que sucedía era que teníamos algunas iniciativas de ley para la Protección de Datos Personales, pero ninguna había terminado ya de pulirse y de eventualmente de aceptarse y publicarse como tal, como ley, habían quedado en iniciativas, hubo varias, algunas muy proteccionistas, algunas muy laxas y no había un equilibrio entre lo que el entonces IFAI, la Secretaría de economía y las empresas aglutinadas en la asociación de internet, asociación mexicana de internet, en ese entonces nos hacíamos llamar o se hacía llamar la AMIPCI, yo todavía no estaba ahí, yo estaba en Secretaría de Economía, no había como este equilibrio.

Entonces lo que había nada más eran los artículos relativos a lo de la lista Robinson y demás, en la Ley Federal de Protección al Consumidor, eso sí que existía, pero no había más allá de eso, no había el famoso *do not call* y pues listo, no había realmente gran cosa.

Entonces ante esta necesidad de contar con algún esquema regulatorio que le diera educar a las empresas y le diera certeza a los usuarios, es que entre la Profeco, la Secretaría de Economía y la Asociación Mexicana de Internet, se generó un acuerdo tripartita para el sello de confianza.

Y el sello de confianza comienza a operar en 2007, es el primer sello de confianza en Latinoamérica y fuimos los primeros que eventualmente nos inscribimos a la *World Trustmark and Trade Alliance* que sigue existiendo, todavía hay sellos de confianza de Japón, de China Taipéi, de Estados Unidos, de Indonesia si mal no recuerdo, de Filipinas, en fin, hay de varias latitudes, Corea también si mal no recuerdo.

Bueno, en fin, entonces ese fue el origen y pues la primera misión, la primera labor que se hizo fue educar a muchas de las empresas de todos los segmentos e incluso empresas grandes de lo que era un aviso de privacidad, de por qué debían de tener un aviso de privacidad y el marco regulatorio sobre el cual trabajamos fue el marco de privacidad de APEC que justo acababa de publicar uno, hicimos con el permiso del Secretariado de APEC hicimos una traducción oficial al español y lo utilizamos ese marco para iniciar el proyecto y con la Ley Federal de Protección al Consumidor, la ley Profeco.

Entonces estos fueron nuestros marcos de referencia originales, después siguió avanzando el tema de las negociaciones de la ley, donde la asociación participó mucho, hasta que bueno pues, se publica la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, y bueno, esa es nuestra ley actual y con las actualizaciones y las cosas buenas y malas que uno pueda encontrarle pero consideramos y en su momento fue pues la propuesta más equilibrada y además que gozaba con más simpatías por todos los involucrados en el proceso.

Más adelante siguió avanzando, el sello de confianza en realidad no desapareció, al contrario, permaneció porque el enfoque y la autoridad que vela por esta ley pues es hoy el INAI, en fin, el caso está en que este marco de referencia se incorpora el sello de confianza, o sea, en vez de que desapareciera el sello de confianza lo que hace el sello de confianza es que incorpora a la nueva ley dentro de las cosas que se revisan.

Bueno, entonces siguió avanzando que, ¿Cuál fue la mutación? la mutación fue en que, bueno, primero que nada, decirte que, como el INAI era el organismo garante, o es el organismo garante finalmente de la ley, quedaron las empresas un tanto cuanto desprotegidas sobre quién los apoyaba para entender, aplicar, y finalmente responsabilizarse de los temas de Protección de Datos Personales.

No hubo una campaña ni ningún esfuerzo realmente significativo por parte de la Secretaría de Economía para hacer, para educar al empresariado mexicano de lo que ahora debían de hacer para cumplir con la ley, y entonces la ley se convirtió en un elemento más bien sancionador, que más allá de fomentar las transacciones comerciales y brindar confianza al consumidor, lo que hacía pues era sancionar, lo que sigue haciendo pues es básica es sancionar a empresas que no cumplen con su ley.

Por eso el sello de confianza siguió siendo importante y siguió estando vigente, entonces, lo que varió fue que las empresas grandes que eran principalmente el blanco de estas multas que comenzó a distribuir el INAI, pues, contrataron despachos expertos, capacitaron a *Chief Privacy Officers* internos, en fin, fueron trascendiendo la ley para cumplirla y para finalmente adecuar sus procesos y demás a la realidad regulatoria, cosa que las micro, pequeñas y medianas empresas no hicieron, no pudieron hacer, entonces, por eso el sello confianza siguió estando vigente solo que ahora mucho más vinculado con el segmento MiPyme. Entonces hoy día seguimos teniendo el sello de confianza de protección de datos personales y nuestros principales clientes son las MiPymes.

Ahora, desde 2018 lanzamos nosotros el Sello de Confianza de Comercio Electrónico, que obviamente deriva del primero, pero que tiene una revisión mucho más puntual en los temas de protección al consumidor de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Entonces, nosotros lo que hacemos es: ayudamos a las empresas a que entiendan de qué se trata el tema de Protección de Datos; a que tengan finalmente un marco de referencia para poder ellos crear sus propios avisos de privacidad y políticas de privacidad, si fuera el caso, si ameritara la complejidad de la operación de las empresas, y entonces bueno pues, ahora tenemos estos 2 sellos de confianza: el de protección de datos personales y el de comercio electrónico.

Adicionalmente lo que hacemos nosotros es: capacitamos a través de webinars, hemos hecho pláticas y demás, justamente dirigidas a los empresarios, pero también al público en general, son abiertas pues, son gratuitas, para que se entienda la relevancia de los datos personales, y, pues, su importancia tanto dentro de la empresa como para el usuario.

Ahora, comúnmente hacemos estudios en donde siempre vinculamos los temas de protección de datos personales, protección al consumidor, allí están en nuestra página, pero en algún momento que también está nuestra página hicimos uno específicamente de datos personales para el comercio electrónico, para el comercio en general, que tan importante eran esos intangibles para los comercios. La verdad es que la realidad es que fue muy bajo, realmente las empresas no estaban muy preocupadas ni tampoco tenían mucha noción de lo valioso que pueden ser sus bases de datos, el conocimiento de sus clientes, entonces bueno, eso es parte de lo que hacemos.

Otra parte de lo que nosotros hacemos como asociación, es la de ser un vínculo entre las empresas y las autoridades, muy particularmente y para aterrizar en el caso con la Profeco, o justamente nosotros participamos en el resultado de la Norma Mexicana de Comercio Electrónico.

Luego también estuvimos sentados en el comité para la creación del Código de Ética del Comercio Electrónico, que también gestiona Profeco. También estuvimos en lo mismo para la parte de un código de ética que todavía no ha salido, de publicidad en línea, que está muy vinculado con la parte del comercio electrónico también, y en términos generales pues, nuestra función mucho recae en ser esta

entidad que somos, tanto, nuestros clientes son las empresas, pero sí con un fin y con una voluntad de poder generar acuerdos y de poder tener la mejor regulación posible para el ecosistema mexicano no particular.

Pues básicamente son esas 2 cosas, o 3 cosas diría yo: los estudios, los sellos de confianza y la gestión regulatoria de la asociación, porque así como con la Profeco también trabajamos muy de la mano con el Congreso de la Unión, Cámara de Diputados, Cámara de Senadores, etc.

Pregunta 2: ¿Cuáles perciben son las necesidades más apremiantes de las empresas miembros de la asociación, en cuanto a la relación con los consumidores?

Mira, son varias cosas, déjame tratar de aterrizarlas. En cuanto a los números y a los estudios a mí me parece que es, más bien, la buena noticia es que el INEGI desde el censo económico que hizo el año pasado ya comenzó a medir, y ya tiene datos muy certeros del comercio electrónico a nivel nacional. Se generó una serie de reactivos, de preguntas, y lo que el INEGI hace, que ninguna casa encuestadora y nadie hace, es ir negocio por negocio, ellos hacen un trabajo de persona a persona, no es un panel de internet en donde se encuesta gente, no es una muestra, sino ellos realmente tienen una base, la mejor base de datos, la más pulida, la más auténtica, certera, etc, la tiene el INEGI.

Ahora, en cuanto a las necesidades de las Pymes, y aquí tengo que abordarlo en 2 cuestiones: las necesidades auténticas y las necesidades creadas. México es un país que tiene y por ahí, no son cifras nuestras, no recuerdo de dónde saqué yo estas cifras, pero hace poco las leí, son de una de estas ONG, México de la competitividad o algo así, yo lo encontré por ahí en una nota periodística y luego me metí al estudio, pero las horas persona que pasa un empresario haciendo trámites son una cosa así exageradísima en México, y lo que cuestan los trámites dependiendo también de la entidad federativa. Dependiendo de la entidad federativa puede ser más o menos el monto de los derechos que se tienen que pagar o de las salidas mal planteadas a través de actos de corrupción en las que tiene que incurrir el empresario para poder operar.

Entonces, ya de entrada el ecosistema para las MiPymes no es el propicio, no es amigable para su operación, esa es gran parte de la realidad. La otra parte es que las empresas mexicanas no están, no hay una política pública, eso es fundamental, no existe una política pública de digitalización empresarial. No hubo antes, no hay ahora, no existe.

Entonces lo que hacen las Pymes es mucha información que obtienen a través de organismos empresariales o que obtienen a través de las propias empresas que son proveedores de estos mismos MiPymes, entonces, una de las principales necesidades que tienen al menos en México es esta, una política pública específica para la digitalización de empresas; no existe, no hay. Lo que hay son, al no existir

una política pública de anclaje, lo que hay son ocurrencias, a veces buenas, a veces malas, sobre lo que se tiene que hacer respecto a la digitalización de las empresas. Entonces, el funcionario público en cuestión, a nivel local o a nivel federal, piensa qué, cree qué, le dijeron qué, hay que hacer equis o ye, y entonces es lo que se hace, pero no hay propiamente una auténtica construcción de políticas públicas, ni de diseño siquiera de las mismas, no existe. Entonces eso a nivel nación es de lo principal.

En cuestiones más prácticas, y más mundanas y actuales pues lo que necesitan las Pymes son educación digital, tal cual, conocer cuáles son las herramientas, conocer dónde está el valor de su negocio en la parte digital, esto es súper importante, cuando uno tiene un negocio en físico pues probablemente lo más valioso del negocio físico sea el inmueble *per sé*, el inventario, qué se yo, son las cosas tranquilas que se tienen, sin embargo, cuando estamos hablando de un comercio electrónico, este valor se transforma en los intangibles, como lo que platicábamos hace rato de las bases de datos y el conocimiento del consumo de tus clientes, eso es lo que realmente vale porque a partir de esa información es que la Pyme puede hacer prospección, puede atinar con mucho mayor detalle las necesidades del consumidor, no andarlas adivinando, sino ser mucho más preciso en lo que se necesita y esa relación cliente-empresa se vuelve mucho más íntima por el conocimiento que tiene la empresa del consumidor.

Entonces, eso es algo que no terminan de dimensionar los empresarios mexicanos, al menos, el dónde está el valor realmente de tener un comercio electrónico, y al no saber qué hacer la respuesta fácil y lamentablemente en muchos casos única, que no es que sea mala, pero que no debiera de ser la única salida, es la de subir su tienda a una plataforma de *e-commerce*, a un mercado libre, a un Amazon, a un Claro Shop, a un Walmart, en donde precisamente lo que sucede es que el nivel de inversión es bajo, las comisiones pueden dependiendo de la plataforma, pueden llegar a ser altas, pero esto no funciona como una incubadora, sino que esas plataformas funcionan específicamente como un centro comercial en donde los datos de los clientes, los datos valiosos, la data importante del consumidor se queda en las plataformas y no en las tiendas.

Y ahí es donde está gran parte del detalle, a ver, no es que sea malo esto, pero cuando es la única opción porque no sabes qué otras cosas puedes hacer, no sabes que existe un Shopify, no sabes que existe un Magento, no sabes que existe un Bitex, no sabes que tú puedes montar tu propia tienda a través de un *social commerce* en un perfil de Facebook, etc.

Como esto no se conoce, entonces la realidad de las cosas es que para muchas empresas el *Marketplace* no es que sea una buena opción o una mala opción, sino es simplemente su única opción, y ahí se quedan, entonces, digamos que sobreviven y desde luego que tienen un canal de venta importante a través del comercio electrónico pero no aprovechan al máximo el comercio electrónico como tal, ni tampoco se estrecha esta relación entre el cliente y la empresa, entonces, la

educación empresarial es fundamental para las empresas y los consumidores también.

Pregunta 3: Hacia donde prevén se dirige el comercio electrónico post-covid, en cuanto a los consumidores concierne.

Pues mira, acá hay muchas cosas que comentar definitivamente, y hay dos cuestiones. Primero cerrar la idea de esto, a ver, el tema de educación a los emprendedores desde mi punto de vista es el más importante, si no existe esta educación auténtica de qué es lo que debes de hacer, aunque existieran de manera bien dada los estímulos económicos, a manera de fondo perdido o de préstamos, no importa, porque de qué te sirve a ti que te den el dinero si al final no sabes qué hacer con él, entonces, a lo mejor lo vas a gastar en tener más, en contratar a un empleado o, si no sabes tú, qué es, cuál es, dónde está la necesidad y dónde está finalmente la solución de tus problemas que a veces ni ves, entonces ahí es donde viene la inutilidad de estos recursos, entonces bueno, a ver, este es un tema educativo que además trasciende la parte estrictamente empresarial, ¿Por qué?, nosotros hicimos un análisis muy superficial lamentablemente porque nadie nos lo quiso patrocinar después, de dónde estaban las necesidades académicas para la operación de los *e-commerce*, y esto lo hicimos, no quiero mentirte pero, desde como 2016, 17 por ahí, hicimos la propuesta, ¿Qué era lo que nosotros...? ¿Cuál era nuestra hipótesis?, nuestra hipótesis es que la digitalización no sucedía porque el empresario a nivel personal no tenía las herramientas para digitalizar su propio negocio, ni el conocimiento, pero tampoco tenía ni los recursos ni el conocimiento de a quién contratar.

Tuvimos nosotros empresas transnacionales que nos decían: es que yo vengo a México y quiero pautar en línea, quiero que alguien me pauten en línea, compre pauta en Google, o me compre pauta en alguna red social y los egresados de las universidades, los egresados de publicidad, de comunicaciones, de todas las carreras afines, no saben hacer eso en la práctica. Entonces nuestro planteamiento era que número uno, era necesario conocer cuáles eran las carreras técnicas y profesionales que estaban involucradas directa o indirectamente en el comercio electrónico, como pudieran ser: comunicación, derecho, todas las carreras vinculadas a finanzas, para los pagos electrónicos, todas las carreras vinculadas a logística, ingenierías, para el desarrollo de *software*, etc.

Y a partir de esos hallazgos poder proponer sobre cada carrera técnica y profesional, una renovación de los planes de estudio, yo no sé qué pasa en Nicaragua pero en México te puedo decir, y no sé qué pasa en Morelos tampoco, te puedo decir que una de las materias obligatorias en la carrera de derecho sigue siendo derecho agrario, y el derecho de las tecnologías de información en muchas universidades ni siquiera se tocan, ni siquiera es una opcional, nos quedamos en las opcionales como las de propiedad intelectual por ejemplo, y eso es muy lamentable porque, no es que las universidades no lo sepan o no lo den, si no que sí lo dan pero te lo cobran en un diplomado y la carrera ya no fue de 5 años, ya fue de 7 y entonces el recurso humano se encarece.

Entonces, esa parte de educación, es una educación digamos, es una falta integral, o sea, el empresario no sabe y el estudiante no tiene los conocimientos para egresarse e involucrarse en el mercado laboral, y tampoco existe esta vinculación social, desde luego, desde tejido social a través de la cual tú tengas bien mapeado a través de información cuáles son las necesidades en tu comunidad para que las universidades o las carreras técnicas de tu comunidad puedan surtir o cubrir esta necesidad a través de egresados con estudios y con capacidades prácticas para operar directamente. Entonces, eso no existe, esta parte educativa no es nada más: es que el empresario no sabe; sino es un problema de fondo en donde las carreras no están bien hechas, ni las técnicas, ni las profesionales, los planes de estudio pues, no están modernizados y tampoco existe esta vinculación de tejido social a través de la cual puedas poner en contacto la oferta con la demanda educativa, esto es malo. Eso con respecto a la educación.

Ahora con respecto al tema de los incentivos para las empresas, ah bueno, para eso decirte en la parte educativa nosotros tenemos el programa de leatiendoporinternet.mx, que también bueno, pues es importante, ahí tenemos varios videos en YouTube y demás para justamente procurar la vinculación de empresas de MiPymes, con grandes empresas, o con empresas que les puedan ayudar a salir del problema.

De hecho, una vez también se propuso, que debería de existir una Subsecretaría, al menos, de Economía Digital; tampoco ha sucedido. Y existe una dirección, ya ni siquiera una Dirección General, ya hay una dirección de área de economía digital, es todo lo que necesita, en fin.

Entonces el diseño institucional tampoco funciona, y lo mismo pasa con la Profeco. La Profeco está diseñada para una economía no digitalizada, ante la digitalización, pues entonces hay un reto mayúsculo que atender.

La Profeco, a diferencia de la Secretaría de Economía, sí tuvo una reforma importante, e integró recientemente la Subprocuraduría de Telecomunicaciones, pero no, las otras Subprocuradorías siguen siendo, y siguen estando diseñadas para la economía no digitalizada, entonces, el distintivo digital que valdría en la Profeco, copia además del sello de confianza y totalmente fuera de los esquemas, a ver, una de las cuestiones principales para un esquema de autorregulación hasta por, te diría yo, por cierta lógica, es que, si estamos hablando de un sistema de autorregulación, pues la autoridad está en todo caso como una entidad fuera del esquema de la autorregulación y está para sancionar a quienes no cumplieron con la autorregulación.

No puede ser que la autoridad sea juez y parte, ¿Me explico?, que es lo que sucede en esto, y que obviamente, pues tú te puedes meter a la *World Trustmark and Trade Alliance*, ver cómo firman los otros sellos de confianza a nivel mundial, ninguno funciona así, pero bueno, en fin, es otra historia que también responde a una falta de política pública, a una falta de diseño institucional y que atiende a: ideas,

ocurrencias, epifanías del funcionario público en cuestión. Entonces bueno, así es como operamos.

Nos cobijamos muchas veces en decir: pues bueno, es que la economía avanza mucho más rápido, la digitalización es mucho más sí, sí, sí, claro, claro; pero hay un montón de cosas que se podrían hacer, se podrían haber hecho y no se han hecho ni se hicieron, ahora, viendo el vaso medio lleno en vez de medio vacío, pues, a pesar de eso, la economía digital mexicana sigue creciendo, siguen llegando nuevas empresas al país, vinculadas al comercio electrónico (y digo, estoy hablando específicamente del comercio electrónico), que tienen que ver con servicios financieros, que tienen que ver con agencias de *marketing*, que tienen que ver con repartidores de última milla, que tienen que ver con desarrolladores de *software* especiales para unos en específicos, para comercio electrónico, en fin, que tienen que ver con *Marketplaces*, y en la nube por ejemplo, es otro de ellos, así como Shopify y demás, siguen existiendo, siguen llegando, entonces, aquí vale la pregunta de: gracias a o a pesar de, lo que ha hecho y ha dejado de hacer el gobierno, las instituciones gubernamentales, pues es que el comercio electrónico mexicano ha seguido creciendo, tal vez, si hubiera habido más intervención gubernamental no creceríamos como estamos creciendo actualmente en términos de economía digital, no nada más de comercio, o tal vez si hubiera habido políticas públicas adecuadas y demás pues creceríamos mucho más rápido, ¿Quién sabe? Ya el viaje al pasado no lo vamos a poder hacer, pero bueno, esa es la realidad.

Pregunta 4: Hay algo más que quiera decir y que no se haya abordado, así como información para compartir.

Sí, mira, únicamente mencionarte para aterrizarlo a la parte específicamente de la protección al consumidor y de la internacionalización, la Profeco sí que tenía un área, era una Dirección General si mal no recuerdo, que veía asuntos internacionales y creo que por ahí había un memorándum de entendimiento con Estados Unidos y con Canadá, y, a mí me parece, y ahí sin duda no soy yo quien deba constar el tema, pero me parece que así como existe este foro de autoridades de Protección de Datos Personales, debería existir un foro para la Protección del Consumidor a nivel internacional, precisamente para poder dirimir estas controversias, y para poder darle en este mundo globalizado y en esta economía digital globalizada, pues darle un respaldo y un apoyo a las autoridades, entre autoridades, pero hay también, y más allá de seguirle echando la culpa de todo al gobierno, pues no, también creo que la *World Trustmark and Trade Alliance* por sí misma debería de ser mucho más fuerte, debería de ser mucho más proactiva para poder también fomentar este entendimiento entre particulares y que la gente supiera que cuando compra en una empresa con un sello de confianza le va a ir mejor, o en otras palabras, para ser muy concreto, debería de existir mucha mayor coordinación entre esquemas de autorregulación y autoridades a nivel nacional y a su vez a nivel internacional.

Ahí me parece también que estamos en una época muy flaca de participación de México en los foros internacionales como el IGF (Foro de Gobernanza del Internet),

por ejemplo, el IGF de la ONU donde pues, México a nivel de gobierno debería estar participando muy activamente, en APEC mismo, el ALADI, en fin, hay una serie de, conocerás mejor tú que yo, pero hay una serie de foros internacionales en donde México tendría que seguir participando, en el propio ICANN para traer mejores prácticas, para estar constantemente nutriéndose de las mejores prácticas internacionales, generando estos vínculos de entendimiento entre empresas y autoridades mexicanas con empresas y autoridades extranjeras, y creo que esa, eso hace falta mucho todavía por hacer, a eso respecto creo que hay una propuesta de vinculación internacional de apoyo, creo que sería súper útil, alguna propuesta también por ejemplo en este objetivo de la *World Trustmark and trade Alliance* también sería muy, muy útil poderla proponer, esquemas de resolución de controversias internacionales, en fin, creo que ahí hay un área de oportunidad muy grande.

Y nada, en la parte de protección al consumidor si hay por ahí una serie, hay 2 o 3 organismos no gubernamentales, R3D es uno de ellos y hay otro que está mucho más vinculado con Profeco, son de reciente creación o relativamente reciente creación y que bueno eso te habla de un consumidor un poco más informado, más inquieto al menos, y qué bueno, pues eso finalmente es una muy buena noticia para que también las empresas se profesionalicen y para que las propias empresas trasnacionales sobre todo, no tengan consumidores de primera, segunda y tercera clase a nivel internacional, si venden lo mismo y ofrecen lo mismo, pues deberían de tener los mismos estándares, pero bueno, bien sabemos que eso no sucede siempre, y creo que en el caso mexicano, esta falta de uniformidad, esta permisividad ha sido posible tanto del lado del consumidor mismo que no exige, que no pide, tanto de la misma autoridad que pues no ha regulado de manera adecuada las autoridades, digo, perdón, a las empresas.

Y ahí bueno, digo, si bien la parte estrictamente regulatoria, si bien, creo yo que la parte coercitiva será siempre importante, desde mi punto de vista también, me parece que hace falta una regulación de impulso, no de castigo, sino una regulación que realmente impulse el apoyo de las MiPymes al consumidor y que sea en beneficio del ecosistema en su conjunto, no este tipo de regulaciones que buscan castigar y multar, sino más bien las que buscan promover y fomentar, y bueno, ahí la dejo yo también.

ANEXO No. 2
Dr. Carlos Tambussi
Presidente de la Comisión de Derecho del Consumidor
de la Asociación de Abogados de Buenos Aires
cetambu@uolsinectis.com.ar

Objetivos:

- 1) Conocer la postura académica especializada sobre los avances y retos para de la protección de los derechos de los consumidores en el comercio internacional.
- 2) Conocer la perspectiva en el contexto actual del comercio electrónico versus la seguridad en la contratación para los consumidores.

Pregunta 1: Desde su perspectiva, ¿Cuáles han sido los avances en la protección de los consumidores a nivel internacional?

A nivel internacional, lo que hay para destacar son las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, en el año 2016 tuvieron una actualización en la cual se incorporaron algunos principios generales sobre protección a los consumidores por la vía electrónica, que no fue exactamente lo que se esperaba, pero que por lo menos se incorporaron en esta normativa de Naciones Unidas, unas pautas que están pensadas, como todas las directrices en el año 1985 para proporcionar a los países una pauta que su legislación debería contemplar y escuchar, son los que llamamos en el derecho internacional derecho blando, no tienen la fuerza vinculante de una pauta nacional, pero al ser aprobadas en la asamblea general la propuesta, los países participan en ese consenso, bueno pues, tienen una fuerza que no es jurídicamente vinculante con la fortaleza que esa palabra significa pero, de alguna manera han generado reformas en el ámbito jurídico, eso por el lado del saldo positivo, no me atrevería a llamarlo saldo negativo pero yo creo que falta con relación al comercio electrónico una respuesta del derecho internacional privado a muchas cuestiones que se generan a partir del comercio transnacional, por ejemplo, la accesibilidad de productos extranjeros en los países, ofertados por vía electrónica, la conflictividad y cómo solucionarla, por ejemplo, muchos países como la Argentina para las cuestiones de consumo tienen cláusulas en donde la competencia en materia territorial aún en comercio transnacional, estando el consumidor en el país es de los tribunales argentinos, lo cual es un paso adelante que las leyes así lo establezcan porque bueno, el consumidor litigaría en su terreno pero, las posibilidades prácticas, ahora de la litigiosidad concreta que sería, notificar la demanda y eventualmente después hacerla cumplir, todo iría por asunto diplomático por vías que son, como todos sabemos, de tiempos muy largos, de tiempos obispaes, diría un amigo mío, y sería bastante difícil materializar esa garantía para el consumidor de litigar en su territorio con la posibilidad de hacer efectivo un juicio en sí mismo, un trámite, un pleito, un litigio. Entonces, creo faltan algunas respuestas de los países tendrán que generar a partir de los acuerdos, que respondan en las sedes que correspondan para que ya esto que es una transnacionalización tremenda, masiva y atractiva para muchos

que pueden comprar desde su casa en cualquier tienda o lugar que esté en otro país, que tengan las garantías del cas-.

¿Qué hay al respecto por ahora? Bueno, la buena voluntad de los proveedores que muchas veces ofrecen soluciones a los consumidores, pero en el caso que esto no se produzca o bien que no exista la posibilidad de una solución que satisfaga al consumidor, le faltaría creo yo, algún mecanismo regulado que establezca cómo se pueden solucionar estas cosas. Los países por ejemplo pueden exigir a los proveedores transnacionales que tengan agencias, representación, sucursal o algo parecido de establecimiento en los países cuyas sus ofertas son accesibles para que de esa manera el consumidor sepa que está protegido, pero bueno, todo eso tiene que ser supongo, fruto del resultado de una maduración y una consciencia protectora a los consumidores generada a partir de resultados en acuerdos y convenios, así que en líneas generales creo que ese es el panorama. Al principio esas directivas, hay conciencia del problema, no podían mejorarla por la generalización del fenómeno, pero faltan algunas respuestas prácticas en materia de garantías, es decir, cuando los problemas aparecen. Esa es mi opinión.

Podría agregarte lo siguiente, la mayoría de los comerciantes internacionales y proveedores en condiciones más atractivas están en los países más poderosos, entonces hay un trabajo también ahí de relaciones de fuerzas entre los países que impondrían un trabajo un poco más difícil para la gente que busca cosas en Estados Unidos o en Europa, por ejemplo, en Latinoamérica y en sí si hubiera alguna protección en tal caso.

Pregunta 2: ¿Cuáles percibe como las necesidades más apremiantes de los consumidores en la contratación electrónica?

Te voy a decir más o menos cuatro o cinco de este que para mí son fundamentales, en unos la legislación argentina los abordó, en otros sigue habiendo ahí un déficit. En lo que tiene que ver con los consumidores en particular creo que debe traducirse en hechos normativos la toma de conciencia de que el consumidor electrónico sea nacional, sea transnacional es mucho más débil, es mucho más vulnerable que el consumidor común, el consumidor electrónico se somete a un sistema completamente impersonal, no tiene forma de interactuar con el proveedor, se somete a un sistema completamente prediseñado de forma unilateral por el proveedor que muestra, ofrece y explica lo que quiere, y que muchas veces juega a la confusión, a la rapidez, al apremio, al entusiasmo, de parte que muchas veces, no sé si les habrá pasado, muchas contrataciones electrónicas se hacen con una cuenta regresiva, cuando uno empieza que va marcándole a uno el tiempo que le queda para hacer esa contratación, entonces, ¿qué decisiones conscientes? ¿qué posibilidad de reflexión? ¿qué capacidad de análisis tiene un consumidor que actúa con un contador que va disminuyendo el tiempo hasta presuntamente llegar a cero, basado en cual la oferta de su vida se le termine, no? y eso para dar solamente un punto. Entonces, lo que necesita el consumidor es esa conciencia de que en el comercio electrónico es mayormente vulnerable su situación, se traduzca en una información rigORIZADA, en información como un deber del proveedor mucho más

fuerte, impuesta por las normas cuando el proveedor elija comercializar por la web, es decir que, cuando el consumidor entre en un espacio de cambio de comercio electrónico nacional o transnacional sea informado antes de la contratación, durante la contratación, y antes también de dar su consentimiento final sobre todas las características, de las formas de implementar ese negocio, que tenga la posibilidad de consultar las dudas que tenga, que tenga la seguridad de que los datos personales sensibles que vuelca a esa plataforma serán usados nada más que para la finalidad de esa contratación y no para otra cosa, y también sobre todo, los riesgos que esa contratación implica y quién los asume.

Hablo de riesgos en función de lo que significa no solamente la legalidad de las operaciones que se hagan por ahí, sino también el éxito de las operaciones, legalidad es que se venda lo que se puede vender, que el que lo venda tenga la capacidad y la propiedad de estos bienes o servicios para poder venderlos y que se concrete el negocio, es decir, que lo contratado sea cumplido, que el no pagado implique la no entrega de producto o el cumplimiento del servicio, según el caso, así que uno de los ejes fundamentales es que el poder normativo que rigore el derecho a la información. Y el segundo, creo yo que se debe definir algo que en muchos países no han tenido, todavía no lo está, por lo menos en la Argentina la jurisprudencia aún no lo discute, que es la responsabilidad que los proveedores informáticos y sobre todo también de aquellos que actúan a través de plataformas de ventas masivas donde se congregan oferentes de toda clase cobijados en una plataforma que se presentan ante el consumidor como amigables, acercadores, después te pretenden desviar de la suerte de todas esas operaciones.

En la legislación argentina y en mucho derecho comparado, la responsabilidad del proveedor es siempre objetiva, es decir, que el consumidor no necesita demostrar ningún factor de lo que llamamos intención o dolo, o negligencia o culpa, para que, por los daños que se produzcan a raíz de esas contrataciones de cualquier especie, sea responsable no solamente el proveedor, sino también la plataforma que ofició de intermediario.

Dicho esto, en su necesidad masiva porque justamente estas plataformas cobijan masivamente un volumen de operaciones inusitado que el consumidor conoce, que el consumidor sabe que se hacen miles de operaciones en el momento en que está haciendo la suya, y muchas de esas, hay que decirlo, salen bien, pero cuando salen mal o hay algún problema, las plataformas suelen, insisto, aparecer ante la justicia, presentarse, autorreferencialmente a sí mismas como un sitio amigable, y en realidad es un servicio, que además tiene un componente profundamente lucrativo. Muchas plataformas cobran una comisión, cobran una parte del precio de venta sujeto a que esas operaciones se concreten, y otras que no lo hacen, que no perciben ninguna suma, igual generan todo entorno de confianza para el consumidor que es basamento de la responsabilidad basado en el prestigio de la plataforma, basado en la pertenencia a la plataforma para poder comprar ahí, esto significa hay que loguearse, hay que generar usuarios y contraseñas, hay que aceptar los términos y condiciones que la propia plataforma impone, hay a veces puntuaciones o calificaciones que hacen los propios consumidores respecto a que

tal o cual proveedor es bueno, que no, entonces el consumidor entra influenciado por todos esos factores y además es bombardeado, que si no se omite, constantemente por publicidad y demás avisos ventilados por la plataforma que hacen que claramente no solamente las plataformas sean un proveedor en términos de la norma de consumidor sino que además realicen un negocio generoso, profundamente lucrativo y que está perfecto que así lo sea.

Pero ese beneficio, ese provecho que se obtiene por una actividad, tiene necesariamente con el contrapeso un agravamiento de mover responsabilidad, de mover inmunidad hacia el consumidor, generado justamente por esa profesionalidad en las ventas que es la que le imponen deber obrar con una diligencia muchísimo mayor, en un medio profundamente riesgoso, que ha quedado demostrado por la vulnerabilidad del sistema, muchas veces se compran cosas que no se entregan, muchas veces aparecen oferentes que venden cosas ilegales para vender, muchas veces hay problemas con la concreción de esas operaciones y bueno, eso significa que el sistema implica en sí mismo un riesgo para el que lo utiliza, y el que debe responder por los daños generados es el creador de esos riesgos, y el creador de esos riesgos es la plataforma.

Es el mismo razonamiento que tenemos para los bancos y todas las operaciones bancarias que se hacen electrónicamente, bueno en la Argentina está de moda el hackeo, la obtención de claves y parámetros informáticos bancarios para después vaciar las cuentas de los consumidores o causarles fraudes electrónicos de todo tipo. Lo que ha demostrado eso es que justamente el sistema de operaciones bancarias electrónicas es riesgoso, ¿por qué? Porque es hackeable, es intervenible, es vulnerable y entonces la responsabilidad debe recaer en el creador del riesgo. Esto es consumidor puro, no es un invento especial para el comercio electrónico, es la naturaleza que ha fijado la legislación en el derecho comparado, insisto, para la responsabilidad en materia de consumo.

Sin embargo, la jurisprudencia duda, duda mucho de directivas europeas, cuando los europeos hablan de crear una zona libre en favor de las plataformas, de los proveedores de comercio electrónico, dado que les resulta imposible o caro, hay momentos que se oponen, controlar toda la licitud, toda la concreción conforme al derecho de las operaciones que se hacen, y esa zona libre busca justamente desresponsabilizar a las plataformas lo cual es, del punto de vista jurídico, digamos, una monstruosidad, dado que el servicio que prestan las plataformas encuadra perfectamente en la definición de proveedor, en la definición que el consumo en el derecho comparado tiene, y encuadra también en el concepto de servicio que el consumidor está utilizando y por el cual, pague o no pague, insisto, comisión, está contribuyendo a que esas compañías sean lo que son, son enormes, son grandes, son poderosas, son en muchos casos las empresas más importantes en ciertos mercados, y el contrapeso de esas ganancias que obtienen debe ser necesariamente un agravado deber de vigilancia y un acabado cumplimiento de su obligación o resultado y un merecimiento o responsabilidad por daños cuanto esto suceda sin perjuicio del cual insisto, nadie está en contra de esas actividades, es un negocio lícito que ha prosperado y nos alegra muchísimo, pero creo que tienen que

tener su correlato de responsabilidad en la contratación electrónica. Información entonces, responsabilidad, asunción de los riesgos, educación al consumidor en este punto, poder normativo para establecer estos deberes en forma clara desde el punto de vista de la legislación para que después las autoridades administrativas tengan elementos claros para juzgar y resolver los casos que se les lleven a su decisión. Creo que el derecho siempre va tarde, que los hechos aparecen bastante después que los problemas se suscitan y con soluciones que constantemente, en un caso que está profundamente vinculado al progreso tecnológico, van superando a las respuestas jurídicas, entonces necesitan los operadores estar muy atentos a cómo van cambiando las formas de comercializar por vía electrónica todos los negocios, no solamente en cuándo, sino en la compra de bienes y servicios común, digamos, para que la regulación ya sea en concreto o en principios generales pueda ser aplicable a estos casos para una defensa más rígida, del consumidor que insisto, ve agravada su vulnerabilidad y su honorabilidad en este tipo de controversias.

Pregunta 3: Hacia donde prevé se dirige el comercio electrónico post-covid, en cuanto a los consumidores concierne.

Yo creo que se dirige hacia formas cada vez más sofisticadas, más variadas y que no me cabe duda, que están pensadas para su objetivo primigenio que es lograr la decisión de compra, y para eso no van a renunciar a ningún escrúpulo y van a seguir tratando de que las decisiones de los consumidores sean lo menos conscientes y reflexivas posibles, creándoles necesidades donde por ahí no las hay, imponiéndoles campos de relación donde el consumidor no pueda interactuar y aclarar sus dudas, bombardeándolo con ofertas únicas en la vida, últimas oportunidades y distintos tipos así de incentivos que apunten al consciente o al subconsciente y que creo que ser pesimista en este caso es estar bien informado como decía alguien, así que va a haber que estar bastante más atento con la vigilancia de estas maniobras que sin dudas enseñan en las facultades, en las universidades de marketing como técnicas de mercadeo, donde me gustaría algún día presenciar alguna para ver cómo se forman los expertos en comercialización para generar algunas estrategias que vemos todos los días. Yo te di hace un rato el ejemplo de estrategia salvaje de la cuenta regresiva, pero hay muchísimas otras que tienden a que el consumidor actúe, insisto, lo menos racionalmente posible, y eso no es de hoy, el consumidor electrónico tiene que poder pensar muy bien su decisión antes de darle a la página del proveedor sus datos sensibles como el código de seguridad de su tarjeta de crédito y demás, y concretar una operación que se definirá en una extracción de dinero y quedar a la espera de que el otro cumpla su parte. Pero con eso hay mucho, mucho trabajo, y la perspectiva es que si no hay respuesta fuerte de la legislación esto puede sofisticarse que sería algo parecido a empeorar.

Pregunta 4: ¿Cómo considera se podría reforzar la protección de los derechos de consumidores a nivel transfronterizo?

Poder normativo por parte del Estado en todos sus niveles, que vaya tomando de la realidad los hechos que son necesarios regular y dicte la regulación al respecto.

Educación al consumidor para que esté plenamente informado de sus derechos y sepa cuáles son, punto uno, y dónde ejercerlos, punto dos, que es la otra mitad de la historia.

La experiencia indica en Argentina por lo menos, que mucha gente no sabe qué reclamar, primero, y dónde reclamar, segundo, eso es un déficit muy triste, y muy fuerte que hay que atender, creo yo, y para esa legislación los ejes, aparte de la información son, a como ya he dicho, la responsabilidad, la clarificación de la situación del comerciante web y las plataformas web que los emplean en la situación de proveedores y en el sistema de responsabilidad objetiva y caracterizar como hay en muchos casos de negocios en particular los comercios web expresamente en la normativa como una relación de consumo para que se disipen todas las dudas de que el régimen protectorio de los consumidores esté en el país en el que esté, se aplica a los casos del comercio electrónico.

Esto parece simple, esto parece obvio, pero, a como yo te contaba antes la discusión de la responsabilidad de las plataformas en el derecho argentino en muchos casos soslaya el tema de analizar si ahí hay relación de consumo o no. Entonces creo que eso facilitaría las cosas una tipificación normativa específica de comercio electrónico como relación de consumo, como un vínculo jurídico entre un consumidor y un proveedor destinado a satisfacer necesidades propias del consumidor o de su grupo social, pero que eso llevaría a la discusión indefectiblemente a la aplicación de los principios protectores de los derechos del consumidor.

Y por último lo que te respondí en el término de la primera pregunta bueno, el derecho internacional privado, que depende del motor que es la voluntad de los Estados soberanos que ante esta situación de generalización y maximidad del comercio transnacional bueno dé también algunas respuestas internacionales a la situación de los que están en un lado y tienen que hacer reclamos en el otro para que esto sea más eficaz, más efectivo, y más garantista para el consumidor que tiene algún problema.

Todo esto dicho en el entendimiento que el comercio electrónico llegó para quedarse, es una realidad que era del futuro, pero el futuro llegó, que es una actividad lícita, que es una actividad que genera cuantiosos beneficios para el que como proveedor lo ejerce, pero, como he dicho antes, tiene que a su vez implicar un contrapunto de mayor rigurosidad profesional y mayor acentuación del deber genérico de no dañar que tiene que venir impuesto por las leyes de estos países.

Pregunta 5: Hay algo más que quiera decir y que no se haya abordado, así como información para compartir.

Simplemente exhortar a los consumidores a que salgan en la medida de lo posible de la deshumanización y de la impersonalización que estos tiempos significan, muchos sobran en la vida, entre ellos el consumo, que sepamos todos, porque todos somos consumidores, que la mayoría de las cosas se nos presentan como una

tentación a vencer al tiempo, la mayor sensualidad está dada tanto por los productos o servicios que podemos llegar a alcanzar como por la rapidez con que se hacen, y en realidad el tiempo es un factor al cual la humanidad nunca va a poder vencer, el tiempo irremediable e irreversiblemente para bien o para mal pasa y es conveniente entonces no luchar para que las cosas pasen en menos tiempo y por ende pensemos menos, sino, dar vueltas en el paradigma y tomarnos el tiempo para hacer las cosas y ejercer una de esas facultades para la cual la naturaleza nos ha dotado que es el pensamiento y la reflexión serena, si realmente aquello que nos están ofreciendo es lo que queremos, punto uno, o es lo que necesitamos, punto dos, o es lo que podemos pagar, punto tres, lo que no quieren es que pensemos esas tres cosas y la inducción cultural de consumo nos hace confundir justamente deseos con necesidades, nos hacen añorar y desear profundamente algo que por ahí ciertamente no necesitamos, por eso parece bastante contra natura esta reflexión pero, volver a las cosas más pausadas, más masticadas como decimos los argentinos, en el sentido de pensamos bien antes de tomar una decisión de consumo que es un desafío bastante interesante para el vértigo en el cual nos han puesto en muchos órdenes de la vida insisto, que hace que yo tenga una visión por ahí más caótica de estos casos, pero cada vez nos parecemos más a un monito más o menos entretenido, con todo el respeto para los monitos, y mutuamente eso es lo que creo que deberíamos tratar de evitar, esta falta de reflexión se va hasta los medios de comunicación, de que cada vez se hable menos, se analice menos, se profundiza menos, y todo ese eslogan, frases cortas, quién es el más vivo, quién es el pícaro y generalmente esa cultura por lo menos mientras esté, un pedacito de fuerza yo la voy a tratar de combatir, en el sentido democrático de la palabra, pero confrontarla para los valores opuestos que es lo que democráticamente debemos.

Ciudad Universitaria, 3 de agosto de 2022

DR. JUAN MANUEL ORTEGA MALDONADO
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

Muy apreciado Doctor:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que habiendo sido designado miembro revisor, así como director del trabajo de investigación desarrollado por la maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, intitulado: “**DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**”, con tal carácter, le informo que otorgo mi aprobación a la citada investigación, en razón de lo siguiente:

La tesis se encuentra concebida en cuatro capítulos del modo que se indica a continuación:

1. - En el primer capítulo, la sustentante desarrolla el marco conceptual de las categorías de análisis principales, entre ellas: consumidores, consumo, globalización y comercio electrónico; esto para sentar las bases teóricas a las que se hará referencia en la tesis, misma que requiere una precisión conceptual para dimensionar los alcances y la lectura de estos.
2. - En el segundo capítulo, la interesada devela la evolución de los derechos de los consumidores, desde una perspectiva ideológica del sistema económico capitalista en relación con el Estado y los consumidores. Así como, las agencias internacionales de protección de los derechos de los consumidores para conocer

su devenir, de manera que se perciben las prioridades de atención en relación con los cambios políticos económicos que repercuten en los Estados-nación.

3. - El tercer capítulo refleja un análisis comparado regional enmarcado en la Unión Europea como bloque de avanzada en la protección de los derechos de los consumidores a nivel transfronterizo. Además, integra un estudio de los instrumentos internacionales de tutela de los derechos de los consumidores y de los acuerdos comerciales examinados bajo el lente consumeril.
4. - En el cuarto capítulo presenta una fundamentación de la tutela de los derechos de los consumidores en la era digital, como aquella que puede sustentarse desde los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales; y bajo la figura del consumidor vulnerable. También incluye un análisis de la coyuntura post-covid y su vinculación con los consumidores, aspectos sobre la buena fe y lealtad negocial como clave de bóveda del comercio internacional. Lo anterior, se complementa con entrevistas a especialista y asociación con una buena práctica en campo de la corregulación.

La tesis se encuentra concebida con una adecuada técnica de investigación documental, al igual que una pertinente y muy apropiada metodología en la investigación desarrollada; contiene, además: el índice, la parte introductoria, las conclusiones y la propuesta que se hace consistir en la celebración de una Convención a ser auspiciada por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), a efecto de que se proteja los derechos de los consumidores en la contratación electrónica internacional mediante un instrumento con fuerza vinculante.

Las fuentes de investigación son amplias y actualizadas, asimismo las referencias a las citas de carácter electrónico.

En virtud de todo lo anterior, me permito otorgar mi **VOTO APROBATORIO** al trabajo desarrollado por la maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, así como extender una amplia y merecida felicitación para la sustentante.

Atentamente,

DR. VÍCTOR MANUEL CASTRILLÓN Y LUNA
PROFESOR INVESTIGADOR DE TIEMPO COMPLETO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

VICTOR MANUEL CASTRILLON Y LUNA | Fecha:2022-08-03 12:53:37 | Firmante

frCSnt2/WR8fOQHjxnNXyGBHnD/xC4TVsu9m6ebKKNwIHv1b9pcEYXtBH2FIAGt6DP8yD0rZbnLKGGS1JxZhUekrsliifCMszHC+rNMQsHxGu4DSkDudy4wRutcfyoqUlb522hrrEs
Uez3RmUYWUCe4kO4dCo/d7wBoFjThFlitSzftM0t+lehFPa+NY4Web9c/XtlA8vOyu44l/pUq1ijQ52j2Vmvr/dinB9o6UOh+XyKPVH/ED1h1gND85KXzxZrzDEQljsBm2Xho/+tQhg3
HHDXF3CLwwyCsMPKVxGPSgnB7MdCLLZRSbNifVTEc4LnmYPXOVlyOUENzhv/oJHw==

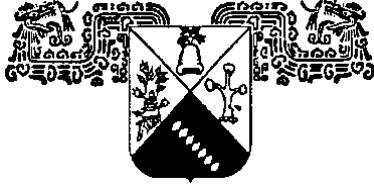
Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[r1IVdeH4E](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/GCZggOvlyifvVojKKbs7XYvOQZRau4LW>





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

Cuernavaca, Morelos a 19 de agosto de 2022.

**MTR. PEDRO HURTADO OBISPO
COORDINADOR DEL PROGRAMA EDUCATIVO
DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE DERECHO
Y CIENCIAS SOCIALES
P R E S E N T E.**

Por medio de la presente me dirijo a usted para manifestarle que habiendo sido designado como miembro de la comisión revisora en el desarrollo del trabajo de tesis tendente a la obtención del grado académico de Doctora en Derecho y Globalización, dentro del programa de Doctorado en Derecho y Globalización acreditado ante el PNPC (CONACYT), elaborado por la Maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, y que se intitula "**DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**", dicha investigación a mi parecer se ha concluido satisfactoriamente, por lo que otorgo mi **VOTO APROBATORIO**, ya que se trata de un trabajo de investigación original, en el cual la sustentante demuestra la hipótesis que plantea y en la que sigue métodos de investigación científica, y un sustento en el derecho interno, contrastado y analizado en relación al derecho internacional y en al derecho comparado, con una amplia y especializada fuente de consultas que refuerzan su aparato crítico, y que incluye también las conclusiones y propuestas en el ámbito legislativo.

Por todo lo anterior, manifiesto a usted que, en mi carácter de revisor de la citada investigación, la apruebo plenamente a efecto de que la interesada pueda continuar con los trámites pertinentes para la celebración de su examen recepcional.

ATENTAMENTE

Una firma manuscrita en tinta negra, que parece ser la del Dr. Ricardo Tapia Vega, con un estilo fluido y personal.

DR. RICARDO TAPIA VEGA
Profesor de Tiempo Completo "C" de
la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la UAEM,
e integrante del Núcleo Académico Básico
del Posgrado de dicha Facultad



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

RICARDO TAPIA VEGA | Fecha:2022-08-19 19:51:41 | Firmante

kYch0pK/mp+zK2MrnhFvd+ekZU6pHKg6nbcmxUboBq/S6vhiGbkF2gbRpP1231EiZkEi3Dvz6LnZVqOJ9mk8iJELL63KyKvRHhC/y6Ky+j7tz/x9f2/qonDlubtkQGZnfqxQTVNyYEVv7n5Xf9Bbsic0xk5zlj5ES/Ot9ILIV/dbFPuJhgXGgmc8MbycLBFLa1/HQW3NJW4DV/BOPsZ3WYvnB83s4hiXhdmQi0vDNpeuteV58jm3+KQ/60wZM+EvsKFCCvtmcOi/OYRdSQWtqZUllxdl/wSYyJ2n2a+8CmCUwNbGW47CQ7zXVHeENrd9icBkCivEoCFJndQmYA9Cg==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[ixXeL5gaQ](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/slkowDHNJWuhwh79aljNB2wLz31Bbbn0>



Cuernavaca Morelos, 24 de agosto de 2022

Dr. Juan Manuel Ortega Maldonado
Jefe de la División de Estudios Superiores De Posgrado
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM)

Estimado Dr. Ortega Maldonado:

En referencia al oficio número 416/08/22/DESFD, por virtud del cual se hace de mi conocimiento la designación como integrante de la Comisión Revisora del trabajo de investigación doctoral elaborado por la maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, y que se titula: “**DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**”, me permito manifestarle que:

La tesis se encuentra diseñada en un formato de cuatro capítulos, acorde al modelo de investigación jurídica:

1. El primer capítulo cumple satisfactoriamente con las precisiones teóricas y conceptuales sobre consumidores, consumo, globalización y comercio electrónico. Aunado a ello, aporta su propia definición del consumidor en el contexto analizado lo que supone el desarrollo de un trabajo de análisis e interpretación. Lo mismo en el segundo capítulo, donde analiza la evolución de los derechos de los consumidores. Adicionalmente, enfoca la atención al *performance* de las agencias internacionales de protección de los derechos de los consumidores para detectar las tendencias y prioridades institucionales a nivel global.
2. El análisis comparado regional se desarrolla en el tercer capítulo, donde se revisa la Unión Europea. Asimismo, dirige la atención al estudio de los instrumentos internacionales de tutela de los derechos de los consumidores y de

los acuerdos comerciales. Finaliza con una conexión analítica entre los derechos de los consumidores en la era digital, con un enfoque de derechos desde los DESCA- Es loable la inclusión de información primera a partir de entrevistas a especialistas.

En virtud de todo lo anterior, me permito otorgar mi **VOTO APROBATORIO** a la tesis doctoral de la maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**.

Atentamente,

Dra. Daniela Francisca Cerva Cerna
Profesora Investigadora de Tiempo Completo
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

DANIELA FRANCISCA CERVA CERNA | Fecha:2022-08-24 19:17:27 | Firmante

C7O5yEcZnSj5HBZx7G/MHgaYulKzacamQhibLQ8Os84vtBsNe77D79Gy53c43Hc28dR3ho131j+qIHsaeJi+Kn2JFhxUu1Cdyf++YdCtNwMdCRvT1xoatak49N58dG5Ho9bFWtcTglJt+3mqjC3G5Gjc/ReyIQ0TwWyJOp+7ihm+7F4Xrho9Ly6UBlznSQXwQd4NJ/vZRxlF8FIZphArErp3nXfb4cAW8WTFR8kIHmvFg8uHZfPD+wYm37Ukxlg/AeH1FJ5fTvkuch2WbM1KnaN3bd0wVFJkCwvc6smDzDiW9cdllqp0zDFSQzI/XdxqBEpgsla9N6Qt84ToaTfaolQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



CiPpnf0z6

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/fzCLanHiduX6hqmMtDfnepsQCcVPt9Px>



DR. LADISLAO ADRIÁN REYES BARRAGÁN

Profesor-investigador de tiempo completo, en el área de Derecho Penal.

Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Cel 5513434745

Correo: ladislao.reyes@uaem.mx

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

Coordinador de la División de Estudios Superiores.

Dr. Juan Manuel Ortega Maldonado

Programa de Posgrado en Derecho

En relación a su atenta comunicación, me es grato hacerle llegar mi DICTAMEN APROBATORIO a la tesis “DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL” presentada por el Licenciada ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO, para optar por el grado de Doctora en Derecho y Globalización, por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Mi dictamen se fundamenta en las siguientes consideraciones:

1. En términos de pertinencia temática

Derivada de la pandemia, el comercio internacional ha tomado otra dimensión debido el aprovechamiento de las Tecnologías de Información y Comunicación, es evidente su importancia ya que se están generando nuevas reglas comerciales un ejemplo es su regulación en el tratado de libre comercio entre los Estados Unidos Mexicanos, Canadá y los Estados Unidos de Norteamérica. En realidad ya no existen fronteras para el comercio ya que utilizando el internet, 70% de la población utilizó el *e-commerce*, al menos una vez durante 2019. Por tanto, la tesista intenta demostrar que se requiere de una normativa internacional de carácter vinculante que fomente condiciones paritarias en las relaciones de consumo, brindando protección a los consumidores en la contratación electrónica y que a su vez genere múltiples beneficios de carácter económico, social y cultural.

2. Contenido

En el capítulo primero titulado: “Globalización y derechos de los consumidores”, la tesista plantea que la globalización como el formato de interconexión de las personas, mercancías y capitales; que desde la perspectiva del consumidor discute la forma conveniente en que el sistema económico lo percibe El capítulo segundo tiene como punto de partida la trayectoria del liberalismo clásico al libre mercado bajo la ideología neoliberal, donde además se revisa el rol del Estado en el sistema económico capitalista. Al contar con este panorama, vemos de qué forma surgen y se constituyen los derechos de los consumidores en los Estados Unidos y Europa, países que van consolidando

sus normas y estructuras institucionales para la tutela de los derechos de los consumidores. Con el capítulo tercero se examina el: “Derecho internacional y derecho comparado regional en materia de protección de los consumidores”, Por último, el cuarto capítulo esboza un análisis en dos vías: la primera asociada con las dimensiones de los Derechos económicos, sociales, culturales y ambientales (DESCA) con la mirada en la dignidad como el centro de la cuestión; y la segunda describe la vulnerabilidad del consumidor en la contratación electrónica

3. En términos de forma

La tesis cumple con la forma y el fondo, el texto es legible y permite una fácil comprensión. La tesista realizó un esfuerzo por atender las observaciones que se le hizo, desde mi perspectiva la tesis cumple con los objetivos establecidos. Atentamente

“Por una Humanidad culta”

Cuernavaca, Estado de Morelos, 28 de agosto de 2022.

Dr. Ladislao Adrián Reyes Barragán



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

LADISLAO ADRIAN REYES BARRAGAN | Fecha:2022-08-28 12:19:52 | Firmante

C/EtbhpCBQ+DXjcu9Bh5PaZpRXU37R8CUJRN9MXx7iUPUN+2SUrYoAN1n08cpXFVIRYt/oJl6TZ/kBcQcLYISiYy30K259bYuO6XcJQe9L4GBn8bHYj0FjgMJGqfmcuBJC
Wqd2EW6QMiiH7MiXOTOauS4RtH11W10We2ynsn0LkhsLfnekHUByh2icVvCRzEioCv9NIHebbGI8xmS4Hmd1X3d0hOFyksWmOx5IE46BLOad9zjEnA4iF2hACo+zWsEE
Tp75DK6RM2H4tbBnt0IUTm8RQ2WimxDGfxM1JVVG/V38X4qrgPlzCifplFktGH+uk1+iis08DY07rEE6kOQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[TXcKLje4t](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/9Vzcmhl2LAcn4yVUo4DATJ8gOlsoZsH2>



DR. JUAN MANUEL ORTEGA MALDONADO
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES DE POSGRADO DE LA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS.

P R E S E N T E.

Por este conducto en mi calidad de REVISOR de Tesis de la maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, me permito hacer referencia al trabajo de investigación que me ha sido enviado para su revisión y que se titula: **DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**, investigación que presenta para acceder al grado de Doctora en Derecho y Globalización, en el Programa Educativo de Doctorado en Derecho y Globalización que se imparte en esta Unidad Académica y que se encuentra acreditado como programa de calidad ante el PNPC de CONACYT, y sobre el cual manifiesto lo siguiente:

Respecto a dicha investigación, mediante el presente me resulta grato informarle que después de haberse llevado la revisión del trabajo de tesis de la referida alumna, y dado que se presenta una exhaustiva investigación, la cual se hace con relación a su tema de tesis, tanto en el aspecto doctrinal, así como en el legal, **me complace OTORGARLE MI VOTO APROBATORIO** a la maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, a su respectivo trabajo de tesis por haberlo terminado completamente.

EL VOTO APROBATORIO se extiende en virtud de las siguientes consideraciones:

PRIMERO.- La maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO** ha realizado un trabajo de tipo descriptivo, analítico y propositivo, mediante el cual construye un marco referencial debidamente sustentado y con una suficiente argumentación para confirmar la hipótesis planteada y sustentar la propuesta presentada en su investigación.

SEGUNDO.- La maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, atendió adecuadamente a todas y cada una de las observaciones que le fueron hechas en su momento por quienes integramos el comité tutorial designado para evaluar periódicamente el desarrollo de la investigación, tal como se encuentra señalado en el programa educativo cursado, en atención a ello, dicho órgano colegiado emitió su dictamen definitivo en el examen de candidatura, aprobando su trabajo, reconociéndole calidad en la investigación jurídica y resolviendo que la tesis se encontraba totalmente concluida para ser defendida en el examen de grado correspondiente.

TERCERO.- Sobre las características y particularidades de la investigación jurídica, debe destacarse que se trata de un trabajo muy interesante, bien desarrollado en el que se expone de manera clara, ordenada y precisa un estudio profundo del fenómeno de la investigación, mismo que resulta pertinente su estudio dado que los Derechos de los Consumidores deben ser investigados en contextos internacionales dado el desarrollo del comercio internacional.

La tesis se construye en cuatro capítulos, todos ellos desarrollados con claridad, congruencia y coherencia; el capítulo primero lo ha destinado a la revisión de la categorías principales de la investigación: Globalización y Derechos de los consumidores; el capítulo segundo se destina para hacer un profundo estudio histórico evolutivo de los

derechos de los consumidores, revisión que se nutre con el análisis de los posicionamientos que se han hecho por parte de organismos internacionales; en el capítulo tercero la sustentante hace un estudio profundo y minucioso y desde luego de gran interés del Derecho Internacional y el Derecho Comparado; por último, el capítulo cuarto es empleado por la sustentante para analizar una temática de total actualidad relacionada con la tutela electrónica internacional de los derechos de los consumidores en la era digital, capítulo de gran importancia, sobre todo en época de post-pandemia de CoVid-19. El marco referencial construido es empleado por la sustentante para elaborar la propuesta de la investigación.

El trabajo muestra una metodología adecuada, la hipótesis planteada se acredita en el desarrollo de la investigación, la propuesta es coherente con la sistemática jurídica y las conclusiones reúnen los puntos más destacados del trabajo de tesis. Cabe destacar que la sustentante recurrió a fuentes importantes de investigación actuales y de reconocido prestigio.

Como consecuencia del excelente trabajo de investigación **otorgo mi VOTO APROBATORIO** y felicito a la C. maestra **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, por el logro alcanzado en la culminación de su trabajo de tesis y la elaboración de un trabajo de calidad, el cual considero lo sustentará y defenderá al momento de presentar su examen de grado.

Sin otro particular, le reitero mi afecto y le envío un cordial saludo.

Cuernavaca, Morelos, 6 de septiembre de 2022.

DR. EDUARDO OLIVA GÓMEZ.
PROFESOR INVESTIGADOR DE TIEMPO COMPLETO.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

EDUARDO OLIVA GOMEZ | Fecha:2022-09-06 12:56:19 | Firmante

NehKildbZl9ta1y48ANG54yacpTCXeiOEtbPu1YTCKpKr+fdPkkPvWT8Q6pmtLCir3Lzp7XIMGogH1n2Ueqvrbn3H+I/P0gv1qQs7qA7xZMLLLXilJSER+xXx3ND0EusyE3BTn
P9fBi6JDpAoYdXbb577ve1nl4ymII9OkIrbCXUX9DTcLijXc0CIQtfbtMzOy9wmsMWluVxGsgv96OS0rW631xB5neg0IfPHa8H9DEMvjoobgFpi0d0aS9EYF87P+7johzrPo0wOn
GN5JA1/Z25sW1Wm2o+TdBHWojYs2Srh5JoRc8UBLmIG5hQJq+y4KmUL3WtaCpxfkUjrmmtjQ==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[ZkeiLgxps](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/zdpahkf7eSjv94CLmFjXAsUSo2kdMZFZ>





**DR. JUAN MANUEL ORTEGA MALDONADO
JEFE DE LA DIVISION DE ESTUDIOS SUPERIORES
DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE DERECHO Y
CIENCIAS SOCIALES DE LA UAEM
PRESENTE.**

En relación a su oficio número 416/08/22/DESF de fecha 04 de agosto del dos mil veinte dos, por el que me nombra miembro de la Comisión Revisora en el trabajo de tesis intitulado: **“DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL”**, de la alumna **ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO**, del Programa de Doctorado en Derecho y Globalización acreditado ante el **PNPC (CONACYT)**, me permito emitir el **DICTAMEN APROBATORIO**, en el cual se resaltan las siguientes consideraciones:

La tesis revisada tiene como fin exponer uno de los problemas sociales que acogen al comercio internacional en cuanto a conocer los derechos que consumidores en actos de comercio internacional se tienen, desde un punto de vista globalizado de las negociaciones que se realizan y que es poca o escasa la normativa de protección a los adquirentes o consumidores de mercancías, dado que si bien existe esta desde un punto de vista de la legislación domestica de cada país, es casi nula o inexistente a nivel internacional, y lo poco que se encuentra des de carácter no vinculante u obligatorio en cuanto a sus orígenes, y sobre todo en tratándose de acciones comerciales que afecten directamente a los consumidores de comercio internacional.

En el primer Capítulo, se hace un acercamiento a los conceptos en materia de los consumidores, los diversos tipos y características que tiene esta figura jurídica. Se analizan el derecho a conocer sus orígenes del comercio electrónico, sus

principios que lo rigen, el consumo así como el arreglo alternativo a los conflictos de manera general.

Por otro lado, en el segundo Capítulo, se hace un estudio de los derechos de los consumidores así como de las convenciones existentes que intentan regular de forma general las acciones de comercio internacional, por ende los derechos de los consumidores, la evolución que esta ha tenido así como la protección que México ha adoptado a través de su institución gubernamental de protección a los consumidores.

En el tercer Capítulo, se aborda la relación jurídica en el derecho Internacional haciendo un análisis del derecho comparado en relación con la protección a los consumidores en esta área, desde su normativa y directrices que la enmarcan como elementos preponderantes en las acciones de comercio internacional.

Al arribar al cuarto Capítulo, se puede observar un análisis de la problemática que tiene el consumidor en la realización de los contratos electrónicos en el comercio internacional y la vulnerabilidad que éste tienen en esos actos jurídicos, con diversas dimensiones de análisis, realizando un estudio de diversas perspectivas con la finalidad de la implementación de propuestas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores en el comercio internacional.

Por último, concluye el trabajo aportando conclusiones que sostienen su tesis así como la hipótesis planteada desde el inicio del trabajo de investigación con aportaciones doctrinales y normativas que enriquecen el estudio realizado, dando aportaciones de carácter novedoso e innovador, realizando al final del mismo una serie de propuestas que permiten analizar desde un punto de vista doctrinal, la viabilidad del estudio a la figura de los derechos del consumidor.

Por lo antes descrito, y en atención a que la tesista a lo largo de los Comités Tutoriales fue acatando las observaciones hechas a su trabajo de investigación, lo cual lo enriqueció y le permitió presentar un trabajo aceptable que cumple con los estándares de calidad que esta Universidad requiere, me permito emitir mi **VOTO APROBATORIO**.

Por todo lo anterior manifiesto que, en mi carácter de revisor de la citada investigación, la apruebo plenamente a efecto de que la interesada pueda continuar con los trámites pertinentes para la celebración de su examen recepcional.

Atentamente
"Por una humanidad culta"
Cuernavaca Morelos a 13 de septiembre de 2022

Dr. Francisco Xavier García Jiménez
Profesor Investigador de Tiempo Completo
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

FRANCISCO XAVIER GARCIA JIMENEZ | Fecha:2022-09-13 20:37:53 | Firmante

v5HdfPLISVoiHi3A1mcD1VXjgm3ZP2CZFnRkJL/FoqXTrQOt7fuS3CD10HHsAa2AluRt2iRrTWuwSyc+aTYu8zsJsimPIJvk4wi1bxeN3fDWIncwzFu9UsoC0WmslWwmiWvcb7UX7dOgGSF0dUt8lqpv9DGpDKele+Woz/CseMldpOK7o2T6Uh0lkjsssRQMfoNyy9GfFToJj38vQC+zncXE5f6iqn1YNgYOK+iW70OclFuff2RxvVDarDF+DOlccmr2SW7vovi8JVqNH3/ETTE4unQw/rrftK37qpr/JxCQ5ba/TOriMoOyYvxG/s+L8mQU0CdtFrcnQtDnLgEVTA==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[yvY3Lhzd6](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/NiihBgu1UP9C72DfQp9r8g3v677hddvP>



Asunto: Voto razonado de la tesis de la
M. en D. Alicia Karelia Arteaga Salgado
Cuernavaca, Mor., a 15 de septiembre de 2022

DR. JUAN MANUEL ORTEGA MALDONADO
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS (UAEM)
PRESENTE

En referencia al oficio número 416/08/22/DESFDF con fecha del cuatro de agosto del dos mil veintidós, por el que se me designa como profesor evaluador externo de la Comisión Revisora en el trabajo de tesis intitulado: “DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL”, presentado por la Maestra ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO para optar al grado de Doctora en Derecho y Globalización que se imparte en esta unidad académica de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Con tal carácter, le informo que otorgo mi VOTO APROBATORIO; toda vez que el trabajo enviado demuestra que la metodología de investigación aplicada es propicia para una investigación de carácter doctoral, empleando aspectos de la investigación teórica mediante la técnica documental y empírica a través de las entrevistas a expertos; asimismo hace uso de los métodos: analítico-sintético, deductivo, histórico, descriptivo y de derecho comparado regional, por lo que presenta una investigación debidamente sustentada.

Solicito las correcciones se incorporen a fin de mejorar el trabajo de la M. en D. Alicia Karelia Arteaga Salgado. Por todo lo anterior, en mi carácter de revisor evaluador externo me permito otorgar mi **VOTO APROBATORIO** a la tesis desarrollada por la Maestra ALICIA KARELIA ARTEAGA SALGADO.

Atentamente

Francisco Rubén Sandoval Vázquez
SNI1-PITC-FESC-UAEM



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

FRANCISCO RUBEN SANDOVAL VAZQUEZ | Fecha:2022-09-20 14:43:41 | Firmante

jrsWtkf1oYtp7Ui3d+Rf1Wrb9LOoE2DJu6f7pUI+J8+INQqvJAKZOojrqdnfkE+VMIT0OC0VRNRuwqapeOx3hNK3pZXxd66uBufC32FJ+cHVTjAWgF0sEwILDY6TfFxiE/ejLIMpE5S
HoexF7pnQAUz2dLfzK0M1xZ8P4cT0v+NhpK7jLU3k1LxeLHrpfGS7Fi4VbwJvcQr7NEnbEif803cU4f8xZxn+AEQqksS8IOaE9UUGVDSlp28aRw3gH0oKNYSplK26FysvAYL/1Xc
gnTliepCgVM8N2To3uz37da0Em7fGqpk/UO2Jb2LDGHYDw3M0IUya1Q+MtdO98x5g==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[pVwcx4AHb](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/sce98Z8uCAI5WRhk3jhS4tqhtWh7hc4k>

