

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN INGLATERRA

“Consumer Protection” can, therefore, mean one or both of two things: it may mean either the prevention of things going wrong for the consumer or it may mean the provision of financial redress for the consumer when things have gone wrong.

I am somewhat sceptical about the extent to which the law and lawyers can effectively contribute to consumer protection in its first and more literal sense. The criminal law can, no doubt, do something towards this end, but consumer and producer education seem to me more important. Consumer protection in its secondary sense, however, is something which the law, and in the ultimate result the law alone, can provide.

J. A. JOLOWICZ¹

El consumidor, independientemente de la clase social a la que pertenezca, requiere de un mecanismo protector en contra de la venta de productos y servicios que no tengan las características ofrecidas, que su precio no sea el justo, que sean de baja calidad, que su uso adecuado pueda provocar lesiones y, en general, en contra de cualquier abuso de comerciantes y productores.

La necesidad de tal mecanismo se hace más imperiosa conforme los ingresos del consumidor son menores.

Sin embargo, la venta de productos de baja calidad, etcétera, no son los únicos factores que afectan al consumidor, sino que hay asimismo otros que igualmente la lesionan. Así, con el avance de la tecnología, la composición de numerosos productos se ha hecho más compleja; consecuentemente, aparte de los juicios del consumidor sobre el estilo, sabor y precio, el conocimiento de expertos es indispensable para saber sobre las sustancias y elementos empleados en la elaboración de un producto, así como sobre sus características y efectos. Asimismo, en otras ocasiones, el producto en venta no tiene la información necesaria que permita al consumidor conocer el contenido del producto que adquiere; por ejemplo, diversos comes-

¹ Jolowicz, J. A., “The protection of the Consumer and Purchaser of Goods under English Law”, *Modern Law Review*, pp. 1 y 2.

tibles contienen materiales complementarios, colorantes, conservadores, etcétera.

Otro de los factores que lesionan al consumidor es la falta de información sobre el costo total de productos adquiridos por medio de crédito. La compra a crédito tiene una importancia especial debido a que en numerosas ocasiones éste es el único medio por el cual el consumidor con ingresos económicos mínimos puede obtener un bien.

Un factor más que afecta al consumidor es su temor o ignorancia para iniciar una acción judicial. En ocasiones ese temor se encuentra fundado en previas experiencias o en que el consumidor no quiere enemistarse con el único comerciante que le otorga crédito. Asimismo ocurre que, aun cuando el consumidor conoce sus derechos y la forma de reclamarlos, deja de ejercer una acción judicial, ya sea porque carece de los recursos económicos necesarios, o bien, del tiempo que se requiere. En estrecha relación con este punto está el hecho de que los comerciantes y productores concentran sus actividades diarias en sus respectivos negocios, en tanto que el consumidor, al comprar un producto, realiza una actividad que forma sólo una parte menor de sus actividades diarias, debiendo dedicar la mayor parte de su tiempo y atención a su trabajo diario —ya sea en la oficina o en el hogar.

En contraste con el consumidor, los comerciantes y productores cuentan generalmente con los servicios de asesores especializados en diversas áreas tales como la legal, comercial, relaciones públicas, etcétera. En consecuencia, los consumidores se hallan en desventaja frente a comerciantes y productores, situación que se acentúa más cuando éstos se asocian.

Los factores mencionados pueden resumirse de la siguiente forma: *a*) desconocimiento del consumidor sobre el contenido o sustancias que componen el producto que adquiere; *b*) falta de información adecuada, completa o verdadera sobre el contenido y características de los productos que hay en el mercado; *c*) falta de información que permita al consumidor conocer con precisión el costo total de un producto comprado a crédito; *d*) ignorancia del consumidor sobre sus derechos y forma de ejercerlos; *e*) desigualdad de recursos entre el consumidor y comerciantes o productores.

Las soluciones ofrecidas para proteger al consumidor son numerosas y variadas. Entre ellas se han sugerido las siguientes: *a*) que el consumidor se organice en asociaciones que en un momento dado actúen como grupos de presión en defensa de sus intereses; *b*) que la protección del consumidor sea el resultado de las operaciones libres del mercado, principalmente por medio de la oferta y la demanda; *c*) que los comerciantes y sus asociaciones adopten por iniciativa propia códigos de conducta; *d*) que se proteja al consumidor mediante la aplicación de normas de derecho privado; *e*)

que sea el Estado el que implemente y ejerza directamente la protección al consumidor.

Cada una de esas soluciones propuestas invita a hacer un comentario, aun cuando sea en forma breve. Por lo que respecta a la organización de consumidores en asociaciones, tal solución podría reportar importantes resultados si la asociación ofreciese un servicio de información y asesoría al consumidor. Asimismo, la asociación de consumidores permitiría distribuir entre sus afiliados diversos gastos que en ocasiones serían imposibles de cubrir por un solo individuo; en otras palabras, los costos de investigación sobre productos, pago de asesorías, representaciones legales, etcétera, serían distribuibles entre los consumidores asociados.

En relación con la sugerencia de que una asociación de consumidores actuase a la vez como un grupo de presión, habría en efecto la posibilidad de que en esta forma se obtuviesen cierto tipo de beneficios; sin embargo, no debe olvidarse que algunos de los grupos de presión más poderosos son aquellos patrocinados por comerciantes y productores; consecuentemente, el grupo con mayores recursos —generalmente el de comerciantes y productores— puede ejercer una presión mayor a efecto de que sus intereses prevalezcan sobre los del consumidor.

Por otro lado, la solución que propone la protección al consumidor a través de la operación libre de las fuerzas del mercado, se inspira en la corriente económica que considera, por un lado, que el hombre maximiza racionalmente cualquier bien y, por otro lado, que el mercado opera como un control sobre los productores. Con esta base, hay quienes consideran que los consumidores pueden influir sobre las decisiones de los productores de forma tal que si los consumidores están inconformes con la calidad o precio de un producto, entonces no lo comprarán. En consecuencia, el productor al encontrar que un bien no es aceptado por el consumidor deberá mejorar la calidad o precio del producto en cuestión, o bien, discontinuar su producción.

Por otra parte, se afirma que mediante la operación libre de las fuerzas de mercado, la competencia entre comercios se convierte en un medio para evitar prácticas irregulares, ya que si los consumidores, por ejemplo, son engañados con una publicidad que no corresponde a la calidad o contenido de un producto, entonces los consumidores no comprarán en ese establecimiento y acudirán a otros. De esta forma, se dice, el negocio afectado deberá corregir irregularidades, lo cual irá en protección y beneficio del consumidor.

Estas propuestas fundadas en la operación libre de las fuerzas del mercado son difíciles de aceptar desde el momento en que la maximización racional del consumidor está alterada por la publicidad, la que general-

mente tiende a exagerar las características de un producto, y por el desconocimiento que tiene del consumidor de las sustancias que componen diversos productos. Asimismo, debido a la desorganización del consumidor, resulta dudoso que un negocio que vende productos de baja calidad o mercancía a precios desproporcionados pueda perder un número considerable de clientes de forma tal que lo obligue a tomar medidas correctivas. La adopción de este tipo de medidas por parte de establecimientos comerciales se hace aún más dudosa cuando el establecimiento es parte de un monopolio. Además, la sugerencia de que el consumidor busque otros comercios que ofrezcan productos con calidad y precios razonables no es en realidad una solución que proteja al consumidor; la búsqueda de esos comercios implica pérdida de tiempo, dinero y energía.

Cabe señalar que los argumentos en favor de la operación libre de las fuerzas del mercado están basados en un principio económico del *laissez-faire*, en virtud del cual se pretende excluir la intervención de un control gubernamental.

Respecto a la solución que propone que los comerciantes y sus asociaciones adopten por iniciativa propia códigos de conducta, con el propósito de proteger al consumidor, resulta difícil aceptar que tales códigos puedan incluir elementos que protejan sustancialmente al consumidor y los intereses de éste antes que los propios.

Por lo que toca a la aplicación del derecho privado como medio protector del consumidor, es conveniente tener presente que una característica del derecho privado es que la parte interesada debe iniciar por ella misma, o por intermedio de su representante legal, la acción correspondiente ante los órganos judiciales competentes, es decir, la maquinaria judicial se pone en acción sólo a instancia de parte. El ejercicio de esa acción implica necesariamente que el consumidor deba conocer sus derechos y la forma de ejercerlos.

Asimismo, en varias ocasiones los precedentes judiciales sobre la interpretación de principios del derecho privado, tal como el de la libertad e igualdad de las partes contratantes, han sido aplicados a favor de comerciantes y productores. En varios países, las normas del derecho privado establecen la reparación de daños como remedio para compensar a personas que han sufrido una pérdida o lesión a causa de un producto de baja calidad. Sin embargo, éste es un medio compensador pero no preventivo. Por otro lado, cabe recordar que las decisiones judiciales sólo surten efectos sobre las partes, es decir, no *erga omnes* y, en consecuencia, la decisión sólo podrá beneficiar a un consumidor.

Respecto a la solución que propone la protección del consumidor por medio de un control público, su efectividad dependerá en mucho en la

implementación de estatutos, así como de una maquinaria administrativa ajena a corrupciones o presiones y con los recursos económicos necesarios para llevar a cabo sus funciones en forma efectiva y, asimismo, que los individuos encargados de administrar y supervisar la aplicación de los estatutos correspondientes sean capacitados debidamente para tal efecto.

El presente estudio pretende mostrar, en forma general, los diversos medios que se emplean para proteger al consumidor en Inglaterra.

El estudio está dividido en tres partes. La primera, hace referencia a la organización de consumidores y a las medidas autorregulativas adoptadas por los comerciantes. La segunda hace mención de la protección al consumidor mediante las normas del derecho privado y del criterio aplicado por los tribunales en diversos juicios. Por último, la tercera, se refiere a los diversos estatutos suministrados por autoridades gubernamentales.

I

A. Asociaciones y órganos representativos de consumidores

En Inglaterra pueden distinguirse dos tipos de asociaciones de consumidores: la subvencionada por autoridades gubernamentales y la patrocinada por sus propios afiliados.

Como ejemplo del primer tipo de asociaciones están el *Citizens' Advice Bureau* y el *National Consumer Council*. La primera de estas asociaciones fue creada en 1939 y en la actualidad hay aproximadamente seiscientos setenta operando en todo el Reino Unido patrocinadas en primer lugar por subvenciones de autoridades locales y, en segundo, por el gobierno central. Su función es la de proteger al ciudadano, no sólo por lo que respecta al área de consumo, sino también asesorándolo en otros problemas, como por ejemplo los relativos a su seguridad social o los que puedan tener con la policía. Cada *Citizens' Advice Bureau* tiene un representante ante el *Council of the National Association of Citizens' Advice Bureau*, el que establece los lineamientos generales de la asociación y, asimismo administra un servicio de información acerca de la legislación relacionada con los propósitos que persigue.

El *National Consumer Council* fue creado en 1975. Su antecedente es el *Consumer Council*, que operó a partir de 1964. El *National Consumer Council* está integrado por dieciocho individuos designados por el gobierno. Este organismo no tiene facultades ejecutivas ni conoce directamente de problemas que afecten al consumidor en forma individual. Su función principal es la de proteger intereses generales, así como representar al consu-

midor a nivel nacional. De acuerdo con el documento de su creación —*White Paper: National Consumers' Agency*— el *National Consumer Council* está facultado para: "To make representations on consumer law, advertising standards, consumer advice at the local level and consumer representation in the nationalized industries, as well as to represent the consumer on appropriate government and other bodies."²

La *British Standards Institution* es otra institución subvencionada por el gobierno, aunque parte de sus ingresos provienen de la venta de licencias, pruebas e investigaciones. Entre sus funciones está la de establecer niveles de calidad, tamaño y función de productos y la de promover su aplicación. A esta institución pertenece el *Consumer Standards Advisory Committee*, integrado, entre otros, por representantes de organizaciones nacionales de consumidores.

Por otro lado, como ejemplo de asociación patrocinada por sus propios afiliados está la *Consumers' Association*, creada en 1957. Una de las principales actividades de esta asociación es la de informar al consumidor sobre el resultado de pruebas comparativas e investigaciones sobre diversos productos, así como sobre el contenido y aplicación de diversos preceptos legales. El órgano informativo de la asociación es la revista que se denomina *Which?*; el número de individuos suscritos a esa revista es de aproximadamente 650,000. Asimismo, la asociación publica suplementos sobre temas particulares, por ejemplo: *Motoring Which?*, *Holiday Which?*, *Money Which?*, y *Handyman Which?*

La *Consumers' Association* está financiada con suscripciones de afiliados, donaciones y cuotas por concepto de asesoría. El cuerpo directivo está organizado en un consejo, cuyos miembros son elegidos por los asociados con membresía ordinaria (que se obtiene después de tres años de estar suscrito a *Which?*, además de la solicitud correspondiente del interesado). Tales miembros no pueden estar vinculados directamente con la producción, distribución y venta de bienes o con la prestación de servicios al consumidor.

La *Consumers' Association* ha promovido la creación de asociaciones de consumidores locales. Actualmente hay cerca de sesenta asociaciones locales. Desde 1963, las asociaciones locales se agruparon en la *National Federation of Consumer Group* cuyos ingresos provienen de aportaciones hechas por la *Consumer's Association*, de otras asociaciones de consumidores y, en ciertas ocasiones, del *Department of Prices and Consumer Protection* que es un órgano gubernamental.

Una institución que guarda estrecha relación con la *Consumer's Association* es el *Research Institute for Consumer Affairs*, fundado en 1963.

² *Cmnd.* 5726, pp. 4 y 5.

Este Instituto obtiene sus recursos de donaciones. Entre sus objetivos está el de informar al consumidor del resultado de investigaciones en áreas de su interés. El instituto, por ejemplo, ha publicado cuadernillos que contienen información acerca de servicios tales como el del médico, el telefónico internacional, etcétera.

Uno de los efectos más relevantes de la organización del consumidor en Inglaterra es que los distintos partidos políticos incluyen en sus campañas programas dirigidos a proteger en cierta forma al consumidor los que prometen ser implementados si el candidato propuesto es electo.

B. *Protección al consumidor por medio de medidas adoptadas por negocios y asociaciones de comerciantes*

En Inglaterra los establecimientos comerciales y sus asociaciones han adoptado códigos de conducta, prácticas comerciales, y de responsabilidad social. La institución gubernamental encargada de la aprobación de esos códigos de conducta es la *Office of Fair Trading*.

El documento jurídico que rige el funcionamiento de la *Office of Fair Trading* es la *Fair Trading Act 1973*. Este estatuto establece que el director de la *Office of Fair Trading* debe promover entre los comerciantes y sus asociaciones la elaboración y adopción de códigos de conducta y prácticas comerciales con los cuales se han protegido los intereses del consumidor.³ Actualmente los códigos aprobados incluyen diversos productos entre los que se encuentran los siguientes: a) calzado, adoptado por ocho asociaciones⁴ —aprobado en 1976—;⁵ b) tintorerías y lavanderías, adoptado por una asociación⁶ —aprobado en 1976—;⁷ c) automóviles, adoptado por cuatro asociaciones⁸ —aprobado en 1976—;⁹ d) agencias de viajes, adop-

³ Sección 124 (3).

⁴ Las asociaciones son las siguientes: The Footwear Distributors' Federation, the Multiple Shoe Retailers' Association, The National Shoe Retailers' Council, The Wholesale Footwear Distributors' Association, The Rubber and Plastics Footwear Group, The British Rubber Manufacturers' Association, The British Footwear Manufacturers Federation, The National Association of Shoe Repair Factories, St. Crispin's Boot Trades Association Ltd.

⁵ Office of Fair Trading and the Central Office of Information, 1976, printed in England H.M.S.O., G.L.R. offset Ltd., Dd. 085373, Pro 7921.

⁶ Association of British Launderers and Cleaners.

⁷ The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, 1976, printed in England H.M.S.O., Office by Denvergraphic Ltd., Dd. 085219, Pro 7922.

⁸ Motor Agent's Association Ltd., Society of Motor Manufacturers and Traders Ltd., Vehicle Builders and Repairers Association Ltd., Scottish Motor Trade Association Ltd.

⁹ The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, August, 1976, printed in Great Britain H.M.S.O., UDO (Litho) Ltd., Dd. 085183, Pro 7944.

tado por una asociación¹⁰ —aprobado en 1977—;¹¹ e) aparatos eléctricos, adoptado por tres asociaciones¹² —aprobado en 1977—;^{12 bis} f) muebles, adoptado por cinco asociaciones¹³ —aprobado en 1978.¹⁴

Los códigos de conducta y prácticas comerciales generalmente establecen la obligación de que los establecimientos comerciales exhiban en forma clara y evidente el precio de los productos y servicios que ofrecen.

La *Office of Fair Trading* considera que los códigos de conducta comercial son los instrumentos más adecuados para elevar los niveles de servicios.¹⁵ Una de las ventajas de tales códigos es que establecen procedimientos para conocer y, en su caso, satisfacer las quejas de los consumidores; de esta forma, se crea una instancia para resolver intereses en conflicto antes de iniciar una acción ante un órgano judicial.

Diversos códigos de conducta y prácticas comerciales establecen procedimientos de conciliación y arbitraje con el propósito de satisfacer las quejas de los consumidores en contra de las asociaciones miembros. Generalmente, la primera solución en caso de conflicto entre un consumidor y una casa comercial es el llegar a una conciliación. Durante la base de conciliación, la asociación de comerciantes intenta que las partes en conflicto lleguen a un arreglo. En caso de no alcanzarse tal arreglo, entonces el consumidor puede solicitar que la controversia sea remitida a un árbitro.

El arbitraje es llevado a cabo de acuerdo con los principios establecidos en un documento jurídico titulado *Arbitration Act 1950*. El árbitro es nombrado por el Instituto de Árbitros —*Institute of Arbitrators*— de acuerdo con una lista de candidatos previamente aprobada por la *Office of Fair Trading*. El árbitro está facultado para recibir asesoría de los expertos que sean miembros de las asociaciones de comerciantes que adoptaron el código de conducta y prácticas comerciales en cuestión.

Los costos del arbitraje son repartidos entre el consumidor, que general-

¹⁰ The Association of British Travel Agents.

¹¹ The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, January, 1977, printed in England H.M.S.O., Cook Hammond and Kell Ltd., Dd. 445949, Pro. 5851.

¹² The Association of Manufacturers of Domestic Electrical Appliances, The Electrical Council, The Radio, Electrical and Television Retailers' Association.

^{12 bis} The Office of Fair Trading and the Central Office of Information 1977, printed in England for H.M.S.O., Cook Hammond and Kell Ltd., Dd. 445949, Pro 8170.

¹³ The Branded Furniture Society, The British Furniture Manufacturers Federated Association, The National Association of Retail Furnishers, The National Bedding Federation Ltd., the Scottish House Furnishers' Association.

¹⁴ The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, July, 1978, printed in England H.M.S.O., Thurman Litho Ltd., Dd. 554910, Pro 9673.

¹⁵ Annual Report of the Director-general of Fair Trading 1976, H.M.S.O., London, 1977, pp. 46-47.

mente está obligado a pagar entre cinco y diez libras, y la asociación de comerciantes involucrada, que debe pagar el resto de los gastos. Con el propósito de reducir costos y tiempo, el árbitro funda sus decisiones en los argumentos que las partes han presentado por escrito; sólo en caso necesario se requiere la presencia física de las partes.

El mecanismo de conciliación y arbitraje establecido en diversos códigos de conducta y prácticas comerciales ha recibido diversas críticas, entre otras, se señala que el árbitro no siempre es imparcial o capacitado para ejercer las funciones que se le confieren, que tal arbitraje provoca la desconfianza del consumidor porque la mayoría de las veces se lleva a cabo sin la presencia del querellante y bajo el patrocinio de las asociaciones que de una forma u otra representan los intereses de los comerciantes, y que la conciliación y arbitraje se realiza sin un control efectivo y supervisión estricta de un departamento gubernamental.¹⁶

De acuerdo con la *Arbitration Act 1950*, el fallo dado por un árbitro en el litigio entre un consumidor y un comerciante no es apelable ante un órgano judicial, salvo en el caso en que el árbitro haya actuado fuera de su jurisdicción,¹⁷ o bien, cuando el código de conducta en cuestión requiera que el árbitro exponga las razones que le llevaron a dictar el fallo y éste se haya basado en datos erróneos.¹⁸

En algunos códigos de conducta y prácticas comerciales —tal como el adoptado por diversas agencias de viajes— se prevé la posibilidad de que una asociación de comerciantes imponga multas a sus miembros por infracciones al código en cuestión. Generalmente los códigos establecen medidas sancionadoras por violaciones cometidas por un comercio miembro, las que varían desde una simple amonestación hasta, en casos muy especiales, la expulsión del comerciante como miembro de la asociación respectiva. El comercio expulsado de una asociación de comerciantes puede seguir operando, salvo cuando uno de los requisitos para su operación sea la de pertenecer a la asociación que lo expulsó.

Cuando un establecimiento pierde su membrecía en una asociación que adoptó un código de conducta comercial y, asimismo, se niega a reparar el daño provocado a un consumidor, de acuerdo con el fallo del árbitro, la única solución para el consumidor es que si el código en cuestión lo prevé, la asociación de comerciantes sea la que lleve a cabo la reparación correspondiente.

¹⁶ Eovaldi, Thomas L., and Gestin, Joan E., "Justice for Consumers: The Mechanisms of Redress", 66, *N.W.U.L.R.*, 1971, pp. 281 y 305.

¹⁷ Secciones 23 y 24.

¹⁸ Walton, Anthony, *Russell on Arbitration*, Stevens, London, 1970 (18th. ed.) p. 357.

Cabe señalar que en la práctica los códigos de conducta y prácticas comerciales no han sido muy efectivos.¹⁹

En términos generales, los argumentos en favor de un sistema de protección al consumidor a través de medidas adoptadas por los propios comercios y sus asociaciones, tales como códigos de conducta y prácticas comerciales, en lugar de la elaboración y aplicación de normas de derecho positivo, pueden agruparse de la siguiente forma: a) la adopción y operación de medidas adoptadas por los mismos comercios y sus asociaciones establecen un mecanismo económico, rápido y flexible,²⁰ y b) las medidas adoptadas por los comercios y sus asociaciones evitan los gastos destinados a implementar y aplicar documentos legislativos, lo cual repercute en beneficio de toda la sociedad al permitirse que las erogaciones públicas destinadas a tal efecto se dirijan a otras áreas por ejemplo, servicios de transporte público, etcétera.²¹ Sin embargo, los códigos de conducta comercial ofrecen material para diversas críticas desde el momento en que la elaboración de ellos no incluye la participación del consumidor y, por tanto, entre otras cosas, carecen del consenso y aprobación de los miembros de la sociedad que principalmente resultan afectados por las medidas y disposiciones contenidas en tales documentos.

Una razón fundamental, sin duda alguna, por la cual los comercios y sus asociaciones han estado dispuestos y encuentran numerosas ventajas en adoptar códigos de conducta y prácticas comerciales en beneficio del consumidor, se debe al temor de los comerciantes a la introducción de medidas legislativas y a la vigilancia oficial.²²

II

Derecho privado

En el sistema jurídico inglés no hay una rama específica que pudiera denominarse "derecho del consumidor". En el derecho privado, las principales ramas que contienen normas de protección al consumidor son a) *The law of contracts* —derecho de contratos—, y b) *The law of torts* —derecho de las responsabilidades.

¹⁹ "Travel Agents", *Holiday Which?*, September, 1976.

²⁰ Mitchell, Jeremy, "Codes and the Consumer", *Marketing*, April, 1976, p. 17.

²¹ Halverson, James J., "Trade Associations - Trimidity or Tempered Expansion of Roles", *Antitrust Bulletin* 19, 1974, pp. 711-715.

²² Grimward, G. T. "Consumerism in the U. K." *Consumerism, A Threat or a Challenge*, Institute of Practitioners in Advertising, London, 1973, p. 15.

A. *The Law of contracts*

En Inglaterra, durante el siglo XIX, la estructura e interpretación de los contratos se configuró fundamentalmente por la aplicación de dos principios: a) La libertad contractual de las partes, y b) La aplicación de estos dos principios llevó a la sacralización del contrato, tal como puede encontrarse en la decisión del juez sir George Jessel en el juicio *Printing and Numerical Registering Co. v. Sampson*,²³ donde se sostuvo que: “if there is one thing more than another which public policy requires, it is that they of full age and competent understanding shall have the utmost liberty in contracting, and that their contracts, when entered into freely and voluntarily, shall be sacred and shall be enforced by Courts of Justice”.

Otro principio que rige a los contratos en Inglaterra es el de privacidad. El principio de privacidad establece que las únicas personas capacitadas para demandar por violaciones al contrato son las que intervienen como partes en ese acuerdo de voluntades. En el caso de un contrato de compraventa de un producto, una de las partes es el consumidor que realiza la compra y la otra el propietario del establecimiento comercial.

En consecuencia, si un consumidor compra un producto y posteriormente éste resulta defectuoso y lesiona a otro individuo, por ejemplo a un miembro de la familia del consumidor, ese tercero perjudicado no tiene capacidad para iniciar una demanda en contra del vendedor.²⁴

Asimismo, el derecho de los contratos está basado en el principio de igualdad de las partes. De acuerdo con este principio salvo cuando el acuerdo de voluntades esté viciado, las partes contratantes están obligadas a cumplir con los términos establecidos en el contrato en cuestión, sin importar lo desventajosos que pudieran ser para una de ellas. Un ejemplo de la aplicación de este principio puede encontrarse en el juicio *United Dominion Trust v. Western*,²⁵ en el que un individuo firmó por error un préstamo personal en blanco pensando que era un contrato de compra a plazos. La otra parte aprovechó el error y escribió una cantidad. Al percatarse de su error, la parte afectada inició una acción judicial dirigida a invalidar el contrato. La *Court of Appeal*, por un lado, rechazó el argumento de la parte afectada que sostenía que no había habido consentimiento y, por otro lado, señaló que para efectos de validez del contrato no había diferencia entre un contrato que celebrara una de las partes sin

²³ L. R. 19 Eq. 462 (1875).

²⁴ Cranston, Ross, *Consumers and the Law*, Weidenfeld and Nicolson, London, 1978, p. 104.

²⁶ Q. B. 513 (1976).

haber leído las cláusulas del mismo y otro en donde el comprador dejaba en blanco uno de los espacios que formaba parte del contrato en cuestión. Por tanto, el tribunal determinó que la parte afectada estaba sujeta a cumplir con el contrato. Actualmente, esa decisión no es aplicable en virtud de la existencia de un documento legislativo titulado *Consumer Credit Act* que protege al consumidor en contra de la aplicación de contratos con tales características.

De acuerdo con el derecho privado inglés, los compromisos y promesas —expresos o implícitos— que llevan a la celebración de un acuerdo de voluntades, forman parte del contrato respectivo. Cuando uno de los términos expresos de un contrato es incumplido por una de las partes, la contraparte tiene capacidad, de acuerdo con los hechos, para demandar reparación de daños o rescisión del contrato.²⁶

Cuando la interpretación y aplicación de una cláusula contractual es materia de controversia entre las partes, el tribunal competente debe efectuar un examen del contrato y determinar si la estipulación en litigio es una condición o una garantía. La condición forma parte esencial de un contrato y la violación de ella otorga a la parte afectada una acción dirigida a rescindir el contrato y a demandar por daños. La garantía no es una parte esencial del contrato, sino que es un acuerdo colateral al acto contractual principal.²⁷ La acción en contra de la violación de una garantía es la de demandar reparación de daños.²⁸

Respecto a los contratos de compra a plazos en los que interviene una compañía financiera —la que generalmente compra el bien, por ejemplo, un carro, y con la cual el comprador se compromete a cumplir con los pagos correspondientes— y, por otro lado, el vendedor de un bien que establece negociaciones con una compañía financiera a efecto de que el consumidor esté en posibilidad de adquirir un bien en abonos, el criterio judicial ha determinado que en ese acuerdo de voluntades se crean dos relaciones contractuales. Ellas son, por un lado, un contrato con la compañía financiera y, por otro, un acuerdo colateral en donde se otorga una garantía. En esta forma, cuando el producto adquirido resulta defectuoso, el consumidor puede iniciar una acción dirigida a la reparación de daños en contra del comerciante.²⁹

²⁶ *Oscar Chees v. Williams*, 1 All E. R. 325 (1957); *Dick Bentley Productions Ltd. v. Hardd Smith Motors* 2 All E. R. 65 (1965); *Bealey v. Taylor* 3 All E.R. 253 (1967).

²⁷ La *Sale of Goods Act 1893*, sección 62 (1), define la garantía —*warranty*— de la siguiente forma: "...an agreement with reference to goods which are the subject of a contract of sale, but collateral to the main purpose of such contract..."

²⁸ *Sale of Goods Act 1893*, sección 62 (1).

²⁹ *Andrew v. Hopkins* 1 Q. B. 229 (1957).

La *Sale of Goods Act 1893*, reformada por la *Supply of Goods (Implied Terms) Act 1973*, establece que en cada contrato de venta hay una condición implícita por parte del vendedor, de manera que: "... *in the case of a sale, he has a right to sell the goods, and in the case of an agreement he will have a right to sell the goods at any time when the property is to pass...*"³⁰

Mediante este precepto, es evidente la aplicación de la máxima *nemo dat quod non habet*, es decir, que nadie puede dar lo que no posee.

Términos que son implícitos a un contrato y que no requieren ser manifestados en forma expresa son por ejemplo, la posesión legal del vendedor del bien, la calidad del producto y que el bien reúne las características propias para el fin que se le vende.

Respecto al principio de privacidad de los contratos y su efecto de excluir a terceras partes lesionadas de la correspondiente reparación de daños causados por productos defectuosos, el profesor Jolowicz considera que es un error pensar que las transacciones de compraventa sólo involucran o cuando no es éste el caso, al menos en el sentido ordinario de "interés", afectan al comprador directo, ya que lo más común es que un consumidor adquiera productos que van a ser consumidos junto con otras personas.³¹

Por otro lado la *Sale of Goods Act 1893* prevé la posibilidad de que un sujeto que no sea el poseedor de un bien realice su venta en cumplimiento de un mandato del poseedor legítimo del bien.³² En caso de que el bien comprado haya sido poseído ilegalmente por el vendedor, por ejemplo, un bien robado, el propietario legítimo puede obtener la devolución del bien por medio de una decisión judicial³³ y, por otro lado, el mismo

³⁰ Sección 12 (1).

³¹ Jolowicz, J. A., "The Protection of the Consumer and the Purchaser of Goods under English Law", *op. cit.*, p. 3.

³² Sección 25 (1): "*Where a person having sold goods continues or is in possession of the goods, or of the documents of title to the goods, the delivery or transfer by that person, or by a mercantile agent acting for him, of the goods or documents of title under any sale, pledge or other disposition thereof, to any person receiving the same in good faith and without notice of the previous sale, shall have the same effect as if the person making the delivery or transfer were expressly authorised by the owner of the goods to make the same*".

Sección 25 (2): "*Where a person having bought or agreed to buy goods obtains, with the consent of the seller, possession of the goods or the documents of title to the goods, the delivery or transfer by that person, or by a mercantile agent acting for him, of the goods or documents of title, under any sale, pledge, or other disposition thereof, to any person receiving the same in good faith and without notice of any lien or other right of the original seller in respect of the goods, shall have the same effect as if the person making the delivery or transfer were a mercantile agent in possession of the goods or documents of title with the consent of the owner*".

³³ *Theft Act 1968*, sección 28 (1).

tribunal puede determinar que el poseedor ilegítimo restituya al comprador la cantidad que pagó por el bien.³⁴

El principal recurso legal del consumidor en contra de la violación de una condición contractual, ya sea expresa o implícita, es la de no aceptar el bien en cuestión y demandar la restitución total de la suma pagada y/o demandar reparación de daños, así como pérdidas que no sean remotas.

Cuando es una garantía la que se ha violado, el comprador puede retener los bienes y demandar reparación de daños, ya sea que demande una reducción del precio del bien o una reparación, independientemente del costo del producto.³⁵ Sin embargo, cuando el comprador ha *aceptado* el bien, entonces no tiene otra opción más que la de iniciar una acción en contra de la violación de la garantía.³⁶

De acuerdo con la *Sale of Goods Act 1893*, la aceptación de un bien se define de la siguiente forma:

*The buyer is deemed to have accepted the goods when he intimates to the seller that he has accepted them, or (except when section 34 of this Act otherwise provides) when the goods have been delivered to him, and he does any act in relation to them which is inconsistent with the ownership of the seller, or when after the lapse of a reasonable time, he retains the goods with out intimating to the seller that he has rejected them.*³⁷

Como puede observarse, el concepto de aceptación está basado en la conducta del consumidor. Gran número de casos caen dentro del supuesto en el que el comprador retiene el bien sin expresar que no lo acepta sino dentro de un tiempo *razonable*. La interpretación del término *razonable* permite a los tribunales la aplicación de un criterio discrecional en cada caso, según las circunstancias y hechos particulares.³⁸

Cuando el consumidor está en su derecho de rechazar un bien —lo cual no significa que está obligado a regresarlo—, sólo es necesario que le indique al vendedor que no acepta el bien en cuestión, salvo lo acordado de alguna otra forma.³⁹

Para la reparación de daños por incumplimiento de una garantía contractual, la *Sale of Goods Act 1893* establece la siguiente regla: "*In the case of breach of warranty of quality such loss is prima facie the difference*

³⁴ *Idem*, sección 28 (3).

³⁵ *Sale of Goods Act 1893*, sección 53 (1).

³⁶ *Idem*, sección 11 (1), (c).

³⁷ Sección 35.

³⁸ *Leaf v. International galleries*, 2 K. B. 86 (1950).

³⁹ *Sale of Goods Act 1893*, sección 36.

between the value of the goods at the time of delivery to the buyer and the value they would have had if they has answered to the warranty".⁴⁰

Así, en el juicio *Slater v. Hoyle and Smith*, en donde un comprador celebró un contrato de compra de tres mil piezas de ropa con una calidad especificada, pero mil seiscientas de esas prendas entregadas eran de baja calidad, la *Court of Appeal* sostuvo que el comprador debía recibir un pago como reparación de daños, equivalente a la diferencia entre el valor de los bienes materia del contrato y el valor de los bienes de baja calidad entregados.⁴¹

Cuando el producto defectuoso provoca daños físicos al consumidor o a su propiedad, la *Sale of Goods Act 1893* aplica la siguiente regla: "*The measure of damage for breach of warranty is the estimated loss directly and naturally resulting in the ordinary course of events, from the breach of warranty*".⁴²

Como ejemplo de la aplicación de esta segunda regla puede mencionarse el juicio *Godley v. Perry*, en donde el tribunal competente dictó una reparación económica por la suma de 2,500.00 (dos mil quinientas libras esterlinas) por daños físicos provocados por un producto defectuoso —un niño de seis años perdió un ojo a causa de un juguete mal fabricado.⁴³

Cláusulas de exclusión. De acuerdo con el principio de libertad contractual, la *Sale of Goods Act 1893* estableció que las partes contratantes tenían el derecho de variar o modificar estipulaciones, incluyendo condiciones implícitas respecto a la calidad de los productos, mediante la adopción en el contrato de cláusulas de exclusión.⁴⁴

Por cláusula de exclusión se entiende cualquier término en un contrato que restrinja o limite un recurso o una responsabilidad proveniente de una violación contractual.

Esta norma fue modificada en beneficio del consumidor por la *Supply of Goods (Implied Terms) Act 1973*,⁴⁵ y por la *Unfair Contract Terms Act 1977*.⁴⁶ En términos generales, las reformas introducidas por la ley de 1973 estuvieron dirigidas a impedir la celebración de contratos que excluyesen condiciones implícitas con relación a la descripción, calidad y comercialidad de productos en venta. Sin embargo, la interpretación judicial

⁴⁰ Sección 53 (3).

⁴¹ 2 K.B. 21 (1920).

⁴² Sección 53 (2).

⁴³ 1 All E.R. 36 (1960).

⁴⁴ La sección 55 (1) establece que: "*Where any right, duty, or liability would arise under a contract of sale by implication of law, it may be negatived or varied by express agreement or by the course of dealing between the parties, or by usage, if the usage be such as to bind both parties to the contract.*"

⁴⁵ Secciones 4 y 5.

⁴⁶ Sección 46.

del principio de libertad contractual continúa aplicándose en varias áreas que afectan al consumidor.⁴⁷ Es interesante mencionar que a pesar de la aplicación de los precedentes judiciales del principio de libertad de las partes para contratar, algunas decisiones judiciales han establecido precedentes en contra de la aplicación de cláusulas de exclusión.⁴⁸ A pesar de ello, los negocios comerciales han podido salvar la aplicación de normas y precedentes que impiden la adopción y aplicación de cláusulas de exclusión por medio de la construcción de amplias y variadas cláusulas que llegan a cubrir cualquier eventualidad.

Diversas acciones y medidas se han tomado para prevenir la adopción de cláusulas de exclusión en los contratos. Por ejemplo, en 1962, un comité gubernamental denominado *Molony Committee on Consumer Protection* elaboró un informe,⁴⁹ en el que recomendó que las condiciones de calidad propias de un producto no fueran evadidas mediante cláusulas de exclusión. Asimismo, en otro reporte elaborado por la *Law Commission on Exemption Clauses*⁵⁰ se favoreció la adopción de la *Supply of Goods (Implied Terms) Act 1973* con las características que se han señalado en el párrafo anterior. Con base en un segundo reporte de la *Law Commission on Exemption Clauses*,⁵¹ se elaboró otro documento titulado *Unfair Contract Terms Act 1977* que limita la aplicación de las cláusulas de exclusión mediante preceptos que convierten en nulas las cláusulas que relevan de responsabilidades a una parte en caso de negligencia⁵² y en caso de incumplimiento contractual.⁵³

Algunos ordenamientos jurídicos han otorgado a los tribunales ingleses facultades para determinar discrecionalmente cuándo una cláusula de exclusión es *justa* o *razonable*. Por ejemplo, la *Sale of Goods Act 1893* establece ciertos principios de acuerdo con los cuales el tribunal competente debe determinar lo *razonable* o *justo* de una cláusula de tal naturaleza.⁵⁴ Otro ejemplo puede encontrarse en la *Misrepresentation Act 1967*⁵⁵ y, más recientemente, en el *Unfair Contract Terms Act 1977*, vuelve a hacerse referencia a lo *razonable* de una cláusula de exclusión.⁵⁶

Cabe señalar que, al no haber un criterio y principios precisos para de-

⁴⁷ *Thomson v. London, Midland and Scottish Railway*, 1 K.B. 41 (1930).

⁴⁸ *Mendelsohn v. Norman Ltd.*, 1 Q.B. 177 (1970).

⁴⁹ *Final Report of the Committee on Consumer Protection*, Cmnd. 1781. 1962.

⁵⁰ *First Report*, no. 24, 1969.

⁵¹ *Second Report*, no. 69, 1975.

⁵² *Supply of Goods (Implied terms) Act 1973*, sección 6.

⁵³ *Idem*, sección 3.

⁵⁴ Secciones 55 (4) y (5).

⁵⁵ Sección 3.

⁵⁶ Secciones 6, 7 y 11.

terminar lo *razonable* de una cláusula de exclusión, las interpretaciones de los tribunales pueden caer en apreciaciones muy subjetivas.

B. *The Law of torts*

Como se mencionó en un principio, el *Law of torts* contiene normas que protegen al consumidor. La doctrina inglesa define el *Law of torts* de la siguiente manera:

The Law of Torts is concerned with those situations where the conduct of one party causes or threatens harm to the interests of other parties.

One may define interest in this context as a claim or want or desire of a human being or groups of human beings which the human being or groups of human beings seeks to satisfy, and of which, therefore, the ordering of human relations in civilised society must take account.

It is accordingly the aim of the law of torts to adjust, once it is decided that some adjustment is to be made, those losses which must inevitably result from the ever increasing activities of those who live in a common society. This adjustment is made by providing compensation for the harm suffered by those whose interests have been invaded owing to the conduct of others.⁵⁷

Cuando un consumidor sufre un daño sobre su persona o propiedad puede elegir, según las circunstancias, entre ejercer una acción fundada en el *Law of contracts*, o bien, en el *Law of torts*.

Generalmente los recursos fundados en el *Law of torts* son utilizados en circunstancias en que el consumidor está excluido de la aplicación de los recursos establecidos en la *Sale of Goods Act 1893*.

De acuerdo con los principios del *Law of torts*, el derecho de demandar a un productor por daños provocados por un bien defectuoso no sólo es facultad del comprador directo del producto, sino también del último consumidor.⁵⁸ Un juicio que ejemplifica la aplicación de este principio es *Donoghue v. Stevenson*. Entre los hechos que motivaron el litigio se encuentran los siguientes: la señora Donoghue tomó una bebida embotellada en un restaurante y después de haber ingerido cierta cantidad del líquido encontró que dentro de la botella había un caracol. Con ese motivo, la señora Donoghue demandó al propietario de la bebida. La *House of Lords* decidió por mayoría que los hechos ocurridos eran suficientes para fundar una acción en contra del productor. Lord Atkin señaló lo siguiente:

... a manufacturer of products, which he sells in such a form as to

⁵⁷ Street, Harry, *The Law of Torts*, Butterworths, London, 1976 (6 th. ed.), p. 3.

⁵⁸ *Re Taylor's Application*, 2 Q.B. 369 (1972); *Allen v. Distillers Co. Biochemicals*.

*show that he intends them to reach the ultimate consumer in the form in which they left him with no reasonable possibility or intermediate examination, and with the knowledge that the absence of reasonable care in the preparation or putting up of the products will result in an injury to the consumer's life or property, owes a duty to the consumer to take that reasonable care.*⁵⁹

Anteriormente a este juicio, la doctrina prevaeciente establecía que el comprador directo de un producto era el único que tenía una acción, con fundamento en el *Law of torts*.

Las principales violaciones a la *Law of torts* son cometidas por negligencia de una de las partes. Generalmente los actos negligentes de productores son los que mayormente y en más variadas formas afectan al consumidor. Por ejemplo, cuando una maquinaria realiza el servicio para el cual fue construida y siendo manejada debidamente llega a fallar a causa de algún defecto en su construcción y esa imperfección provoca un daño, el lesionado puede iniciar dos acciones: a) demandar al productor, de acuerdo con el *Law of torts* por negligencia, o b) demandar al vendedor, de acuerdo con el *Law of contracts*.

En caso de que el bien en cuestión sea rentado, entonces la acción correspondiente procede contra la compañía que renta el bien, pudiéndola demandar por negligencia, o bien, por violación del contrato ya que es una condición implícita en el contrato de renta que el bien alquilado esté en buenas condiciones. En forma semejante, el consumidor que sufre un accidente dentro de un establecimiento comercial, provocado por razones atribuibles a tal comercio, puede iniciar una demanda por reparación de daños fundada en la negligencia de los propietarios.

Para que la demanda de un consumidor tenga éxito, debe probar que hubo negligencia por parte del productor y que como consecuencia de ella sufrió daños sobre su persona o propiedad.⁶⁰

Por otro lado, cuando un producto, debido a su composición, es peligroso y su uso impropio puede provocar algún daño, el productor debe advertirlo al consumidor. Cuando el productor no hace la debida advertencia y ello provoca un daño o lesión, entonces es responsable por negligencia.⁶¹

El plazo límite para iniciar una acción judicial por daños sufridos a causa de un producto defectuoso es de tres años a partir de que el afectado supo o debió saber del daño, ya sea que la demanda se funde en el *Law of contracts* o en el *Law of torts*.⁶²

⁵⁹ *Donoghue v. Stevenson*, A.C. 562 (1932).

⁶⁰ *Spartans Steel and Alloys v. Martin and Co. (Contractors) Ltd.*, Q. B. 27 (1973).

⁶¹ *Vacwell Engineering v. B.C.H. Chemicals Ltd.*, 1 Q.B. 88 (1971).

⁶² *Limitation Act 1975*, sección 1.

Por otra parte, la calidad de los productos y servicios es uno de los factores que interesa primordialmente al consumidor.

En Inglaterra la fijación de niveles de calidad en los productos comenzó a tener una aplicación amplia a partir de la segunda posguerra. Entre los primeros niveles de calidad que se establecieron están los implementados por la *British Standards Institution*.

De acuerdo con la *Trade Descriptions Act 1968*, los comerciantes son responsables civil y penalmente cuando describan engañosamente la calidad de un producto, ya sea de manera escrita u oral.⁶³

De esta forma, por lo que toca al derecho civil, cuando un producto es anunciado como mercancía en perfectas condiciones y en realidad está defectuoso, el consumidor afectado está en posibilidad de iniciar una acción para rescindir el contrato, o bien, demandar por daños.

Respecto a la responsabilidad del vendedor, estricta y generalmente no es relevante que el propietario o director del establecimiento comercial desconozca las condiciones de calidad del producto ofrecido. Así, los propietarios de un comercio son responsables de los actos, cometidos por sus empleados, que engañen al consumidor o bien que le proporcionen una información errónea, ya sea intencionalmente o no, sobre la calidad o características de un bien en venta.⁶⁴

Por lo que se refiere al derecho del consumidor para rescindir un contrato con fundamento en la falsa descripción del producto, es interesante mencionar el juicio *Leaf v. International Galleries*, en el que un comprador intentó rescindir un contrato por el cual adquirió una pintura, creyendo que era una obra original del pintor Constable, pero en realidad era una imitación. La *Court of Appeal* decidió que debido a que el cuadro había sido comprado cinco años antes y, en consecuencia, el comprador había tenido tiempo suficiente para percatarse de su autenticidad, su acción ya había transcurrido.⁶⁵ Con la aplicación de este criterio, un consumidor puede perder una acción fundada en la falsa descripción de un bien cuando la corte competente estime que el consumidor ha tenido un tiempo razonable para percatarse de ello y no ejerció la acción correspondiente en el momento oportuno.

Otro juicio ilustrativo en este sentido es *Long v. Lloyd*. Los hechos que dieron origen al litigio fueron los siguientes: el señor Lloyd, mediante un periódico ofreció a la venta un camión, señalando que estaba en condiciones excepcionales. El señor Long se interesó en el vehículo y por plática telefónica se le reiteró que el camión estaba en perfectas condiciones. Pos-

⁶³ Secciones 1 a 6.

⁶⁴ *Curtis v. Chemical and Dyeing Co.*, 1 K. B. 805 (1951).

⁶⁵ 2 K.B. 86 (1950).

teriormente, el señor Long vio el vehículo y las partes acordaron celebrar un contrato de compraventa. Dos días después de la compra el camión sufrió una descompostura y Lloyd accedió a pagar la mitad de los gastos. Seis días después el camión volvió a descomponerse, por lo que fue necesario llevarlo a un taller mecánico en donde el técnico encontró que, además de la descompostura propiamente dicha, el vehículo tenía numerosos y serios problemas que le impedían transitar. La *Court of Appeal* sostuvo que el comprador había tenido tiempo suficiente para examinar el camión y por tanto tuvo la posibilidad de iniciar una acción para rescindir el contrato en el momento oportuno, sin embargo no inició una acción sino hasta después que había aceptado que el vendedor pagase parte de una primera descompostura y después de haber sufrido otra más. Asimismo, la corte señaló que el comprador había reafirmado el contrato con la celebración del acuerdo por el cual Lloyd pagó parte de la primera descompostura. En consecuencia, la demanda del consumidor no tenía fundamento.⁶⁶

Asimismo, la *Sale of Goods Act 1893* contiene disposiciones en el sentido de que los bienes en venta deben tener las características y calidad propias para el fin que se les pretende destinar, de acuerdo con las cuales están hechos y anunciados.⁶⁷ Cabe señalar que hay ciertas áreas en las que el consumidor no está protegido contra la adquisición de productos de baja calidad, por ejemplo, cuando se trata de productos comprados mediante cupones de oferta o cuando se trata de productos que el consumidor escogió en un comercio, pero que no han salido del establecimiento.⁶⁸

La *Sale of Goods Act* prevé dos recursos para los consumidores que adquieren productos defectuosos que violan los términos implícitos de calidad, ellos son: a) anulación del contrato, y b) reparación de daños. Cuando un producto provoca un daño debido a su baja calidad, generalmente los comerciantes ofrecen al consumidor como medida de reparación una nota de crédito por una cantidad determinada por virtud de la cual el consumidor puede adquirir un bien por el valor de la nota en cuestión, o bien, puede utilizar la nota para complementar el pago de un producto. Una vez que el consumidor afectado aceptó un cupón o alguna otra forma de satisfacción como medida de reparación por un producto defectuoso, el comprador pierde su derecho para anular el contrato y para pedir la reparación de daños por la vía judicial.⁶⁹

Por lo que corresponde a la calidad de los servicios, no hay un ordena-

⁶⁶ 1 W.L.R. 753 (1958).

⁶⁷ Secciones B. 13, 14 y 36.

⁶⁸ *Pharmaceutical Society of Great Britain v. Boots*, 1 Q.B. 401 (1953).

⁶⁹ *Robinson v. Motor Mart Ltd.*, 2 D.L.R. 427 (1955).

miento jurídico semejante a la *Sale of Goods Act 1893* que establezca condiciones implícitas en el sentido de que los servicios deben obedecer a su descripción, ser adecuados y reunir las características propias para lo cual son ofrecidos. Por ejemplo, con relación a la calidad de servicios es posible encontrar en contratos cláusulas de exclusión, las que sólo dejan de ser operantes cuando hay negligencia por parte del comerciante según la *Unfair Contract Terms Act 1977*.⁷⁰

Los juicios en los cuales se dirimen controversias relacionadas con daños a un consumidor, provocados por irregularidades en la prestación de servicios, son variados y numerosos. Por ejemplo, el juicio *Reed v. Dean* fue motivado por los daños sufridos por un individuo a causa de un desperfecto de una lancha rentada. La corte sostuvo que el arrendatario era responsable y, en consecuencia, debía reparar daños al arrendador.⁷¹ Asimismo, los tribunales han sostenido que una compañía constructora es responsable por daños provocados a causa de la utilización de materiales defectuosos.⁷² De la misma manera, el consumidor puede iniciar una acción para obtener reparación de daños en contra de compañías de viajes por alteraciones en el itinerario o en el alojamiento.⁷³

Cabe señalar que un negocio no puede obligar a un consumidor a pagar un gasto adicional que exceda del servicio establecido en un presupuesto previo. Así, cuando un negocio prestador de servicios encuentra que es necesario llevar a cabo otros servicios además de los especificados en el presupuesto inicial, debe contar con la correspondiente autorización de la otra parte para realizarlos.⁷⁴

Por otro lado, el prestador de servicios es responsable de los daños que sufra un bien que haya sido puesto bajo su cuidado, siempre y cuando esos daños hayan sido provocados por descuidos o por no tomar las medidas necesarias.⁷⁵

III

Control público

Generalmente se ejerce el control público dirigido a proteger al consumidor mediante la promulgación de documentos normativos, cuya violación o incumplimiento de sus preceptos trae consigo la aplicación de sanciones

⁷⁰ Secciones 2 y 3.

⁷¹ 1 K.B. 188 (1949).

⁷² *Young and Marten v. Mc Manus Childs*, 1 A.C. 454 (1969).

⁷³ *Jarvis v. Swan Tours*, 1 Q.B. 233 (1973); *Trackman v. New Vistas Ltd.*, C.L.Y. 527 (1959); *Jackson v. Horizon Holidays Ltd.*, 1 W.L.R. 1468 (1975).

⁷⁴ *Forman and Co. Pty. v. The Ship Liddesdale*, A.C. 190 (1900).

⁷⁵ *Morris v. C.W. Martin and Sons*, 1 Q.B. 177 (1966).

penales. Algunos de esos documentos, asimismo, establecen ciertos derechos civiles.

En general esos documentos instituyen órganos con facultades discrecionales, a los cuales se les encarga supervisar el cumplimiento de los preceptos correspondientes. Los estatutos también contienen las penas y/o multas correspondientes a las violaciones cometidas.

Los principales documentos legislativos que incluyen preceptos dirigidos a proteger al consumidor son los siguientes: a) *Trade Descriptions Act 1968*; b) *Food and Drugs Act 1955*; c) *Food and Drugs (Control of Food Premises) Act 1976*; d) *Weight and Measures Act 1963*; e) *Prices Act 1974-1975*; f) *Mock Auction Act 1961*; g) *Unsolicited Goods Act 1971 & 1975*; h) *Consumer Protection Act 1961*, y i) *Consumer Credit Act 1974*.⁷⁶

El organismo gubernamental encargado principalmente de proteger al consumidor es el *Department of Prices and Consumer Protection*, el cual está facultado para supervisar el debido cumplimiento de los siguientes estatutos: a) *Consumer Protection Act 1961*; b) *Trade Descriptions Act 1968* y *1972*; c) *Weight and Measures Act 1963*; d) *Prices Act 1974-1975*; e) *Fair Trading Act 1973*; f) *Consumer Trading Act 1974*; g) *Unsolicited Goods and Services Act 1971 & 1975*. Asimismo, corresponde a este organismo gubernamental conocer en materia de competencia de mercados, incluyendo el área vinculada al Mercado Común Europeo.

Por otro lado, el *Department of Agriculture, Fish and Food* supervisa lo relacionado con la venta, inspección, composición, higiene y exposición de alimentos. Este departamento gubernamental, junto con el *Department of Health and Social Security*, supervisa la aplicación de la *Food and Drugs Act 1955* y de la *Food and Drugs (Control of Food Promises) Act 1976*. El departamento encargado de supervisar drogas peligrosas es la *Home Office*.

El documento más importante que protege al consumidor en contra de descripciones y anuncios falsos o engañosos es la *Trade Descriptions Act 1968*, que sustituyó a la *Merchandise Marks Act 1887-1953*. La *Trade Descriptions Act 1968* fue uno de los resultados del reporte elaborado por un comité encargado de estudiar medidas que protegen al consumidor *Molony Committee on Consumer Protection*.⁷⁷

⁷⁶ Otros estatutos que asimismo contienen medidas protectoras cuyas violaciones son sancionadas penalmente son los siguientes: *Poisons Act 1972*, *Farm and Garden Chemicals Act 1967*, *Road Traffic Act 1972*, *Insurance Companies Act 1974*, *Trading Stamps 1964*, y *Counter Inflation Act 1973*.

⁷⁷ *Final Report of the Committee on Consumer Protection, Cmnd., 1781, 1962*, p. 209.

Este documento protege al consumidor en contra de descripciones y anuncios falsos o engañosos, principalmente por lo que toca a productos, precios y servicios. La *Trade Descriptions Act 1968* prohíbe no sólo la descripción y anuncio falso o engañoso de un producto, sino también su venta.⁷⁸

El anuncio o descripción de un producto comprende cualquier información directa o indirecta, sobre un producto respecto a: *a*) su cantidad o tamaño; *b*) su método de producción, procesamiento o reacondicionamiento; *c*) composición; *d*) características propias para el propósito que se le pretende destinar, así como su resistencia, funcionamiento y precisión; *e*) cualquier otra característica física; *f*) pruebas que se hayan practicado y resultados obtenidos; *g*) su aprobación por cualquier persona; *h*) lugar y fecha de producción, procesamiento o reacondicionamiento; *i*) la persona que lo produjo, procesó o reacondicionó; *j*) cualquier antecedente, incluyendo datos sobre previos propietarios y uso.⁷⁹

La ley expresamente protege al consumidor contra descripciones o anuncios *falsos o engañosos*,⁸⁰ ya sean en forma escrita u oral.⁸¹ Gran número de casos en los que hay una violación a estos preceptos son protagonizados por vendedores de carros usados, quienes usando un lenguaje sugestivo venden vehículos que prácticamente no deberían transitar,⁸² o porporcionan datos alterados por ejemplo, vehículos que no tienen el kilometraje real que han recorrido, sino que en el tablero del automóvil aparece uno menor.⁸³

Los tribunales ingleses han restringido la amplitud de la ley —particularmente por lo que toca a la sección 1— al haber sostenido que para que un anuncio o descripción falsa o engañosa esté en contravención a la ley, tal descripción debe estar vinculada con el suministro, al consumidor, el producto en cuestión.⁸⁴

Respecto al precio de los productos, la *Trade Descriptions Act 1968* establece sanciones para la persona que ofrezca a la venta un producto y dé una información o sugerencia falsa respecto; *a*) al precio en que están los bienes con relación al recomendado oficialmente o por el productor, y *b*) al precio de los bienes en relación con el que tenían previamente marcado los productos ofrecidos por el mismo vendedor. Asimismo es una violación a esta ley el que cualquier persona que ofrezca proveer bienes,

⁷⁸ Sección 1 (1).

⁷⁹ Sección 2 (1).

⁸⁰ Sección 3 (1) y (2).

⁸¹ Sección 4 y 5.

⁸² *Robertson v. Dicicco*, R.T.R. 431 (1972).

⁸³ *Tarleton Engineering Co. Ltd. v. Natrass*, 1 W.L.R. 1262 (1973).

⁸⁴ *Wickens Motors (Gloucester) Ltd. v. Hall*, 1 W.L.R. 1418 (1972).

dé una información falsa que pueda ser tomada como una oferta del producto en cuestión, esto es, a un precio aparentemente menor al ofrecido por otros establecimientos.⁸⁵

En el juicio *Richards v. Westminster Motor Ltd.*⁸⁶ es posible encontrar un ejemplo de la forma en que los tribunales ingleses han interpretado los preceptos referidos en el párrafo anterior. En ese juicio el litigio versó sobre el precio ofrecido por un comercio vendedor de autos que anunciaba un vehículo a una cantidad menor a la ofrecida por otros establecimientos. Un consumidor interesado en la adquisición de tal vehículo pretendió comprarlo al precio ofrecido, pero la casa comercial le informó que había un cargo adicional por concepto de impuestos. El consumidor inconforme presentó una demanda. El órgano judicial competente —*Divisional Court*— sostuvo que el consumidor común entendía como precio total del vehículo aquel ofrecido en el anuncio y que al no ser así la casa comercial había hecho un anuncio falso y, por tanto, tal acto era una violación a la sección 11 de la *Trade Descriptions Act 1968*.⁸⁷

Por lo que toca a la prestación de servicios, la *Trade Descriptions Act 1968* prohíbe que cualquier persona, en el curso de cualquier operación comercial: a) haga una afirmación con el conocimiento de que es falsa, o b) haga temeraria o imprudentemente una afirmación que sea falsa, sobre las siguientes materias: I) prestación de servicios, alojamiento o instalaciones; II) naturaleza de cualquier servicio, alojamiento o instalaciones; III) examen, aprobación y evaluación, por cualquier persona, de un servicio, alojamiento o instalaciones ofrecidas, y IV) ubicación o amenidades de cualquier alojamiento.⁸⁸

La persona culpable de una violación a esta ley está sujeta, en juicio sumario —*summary conviction*—, a una multa no mayor de cuatrocientas libras esterlinas o, en juicio ordinario —*conviction o indictment*—, a prisión por más de dos años o multa equivalente.⁸⁹

En cualquier acusación por violación a la *Trade Descriptions Act 1968*, el inculpado puede alegar en su defensa, entre otras razones que: a) el acto violatorio se debió a un error o que fue provocado por una información que se le dio a él, o provocada por actos de otra persona, por un accidente o cualquier otra causa fuera de su control, y b) que tomó todas las precauciones y medidas necesarias para evitar la violación de alguno de los

⁸⁵ Sección 11 (1) y (2).

⁸⁶ 119 Sol. Jo. 626 (1975).

⁸⁷ Otro ejemplo se encuentra en el juicio *North Western Gas Board v. Aspden*, Crim. L.R. 301 (1970).

⁸⁸ Sección 14 (1).

⁸⁹ Sección 18.

preceptos de la ley, por él mismo o por cualquier otra persona bajo sus órdenes.⁹⁰

Cada autoridad local en materia de pesas y medidas es la encargada de vigilar dentro de su respectiva jurisdicción, la aplicación y operación de la *Trade Descriptions Act 1968*.⁹¹ Las funciones de tales autoridades se rigen de acuerdo con la sección 37 de la *Weight and Measures Act 1963*.⁹² A solicitud del *Department of Prices and Consumer Protection*, las autoridades locales en materia de pesas y medidas deben rendir un informe a ese órgano gubernamental sobre el ejercicio de las funciones que le determina la *Trade Descriptions Act 1968*, y, además, contener todos los pormenores que se le requieran.⁹³

Las autoridades locales en materia de pesas y medidas tienen facultad para instruir a sus funcionarios para que compren productos y comprueben que los servicios, alojamiento e instalaciones ofrecidas por establecimientos comerciales se ajusten a las normas establecidas en la *Trade Descriptions Act 1968* y en cualquier otro documento derivado de ella.⁹⁴

Cualquier funcionario de un departamento de gobierno central o de un departamento local en materia de pesas y medidas, que esté debidamente autorizado, tiene facultad para que, a horas razonables y previa exhibición de sus credenciales, si se le requieren, realice los siguientes actos: *a*) inspeccione cualquier producto y entre en cualquier local —excepto los locales usados exclusivamente como casa-habitación—, a efecto de comprobar si se ha cometido una violación a la ley; *b*) solicite, en caso de duda razonable sobre violaciones a la ley, que cualquier persona que realiza operaciones y negocios comerciales o esté empleado para la ejecución de esas actividades, exhiba todo libro o documento relacionado con la actividad comercial y, asimismo, copie cualquiera de ellos; *c*) embargue y detenga en caso de duda razonable de violaciones a la ley, cualquier bien que sirva para demostrar la culpabilidad del acusado; *d*) cuando sea necesario, solicite a la persona adecuada abrir un recipiente o máquina y, en caso de una negativa, que él mismo lleve a cabo tal operación.⁹⁵

La persona que: *a*) impida la ejecución de las funciones conferidas por la *Trade Descriptions Act 1968* a un oficial de un departamento local en materia de pesas y medidas o de un departamento gubernamental; *b*) no actúe de acuerdo con alguna solicitud debidamente hecha por uno de los

⁹⁰ Sección 24.

⁹¹ Sección 26.

⁹² Sección 26 (1).

⁹³ Sección 26 (2).

⁹⁴ Sección 27.

⁹⁵ Sección 28 (1).

funcionarios autorizados por la ley, o c) sin causa justificable o razonable rehúse proporcionar la información que el oficial autorizado considere necesaria para la ejecución de sus funciones autorizadas por la ley, consecuentemente será merecedor, mediante de juicio sumario, a una multa no mayor de cincuenta libras esterlinas.⁹⁶

Por otra parte, el documento jurídico que actualmente protege al consumidor en contra de alimentos y drogas adulteradas es la *Food and Drugs Act 1955*. Entre las leyes más recientes que han venido a complementar a la ley de 1955 se encuentra la *Food and Drugs (Control of Food Premises) Act 1976*.

En Inglaterra la primera ley en contra de alimentos adulterados fue la *Adulteration of Food or Drink Act 1860*.⁹⁷ Previamente la calidad de los alimentos era protegida por una combinación de principios derivados del *common law* y de códigos específicos. Por lo que toca a la prevención de drogas adulteradas, la primera ley fue la *Pharmacy Act 1868*. Subsecuentes leyes han sido aprobadas por el Parlamento.

La *Food and Drugs Act 1955* está dividida en seis partes:

La primera, establece preceptos generales respecto a la composición, anuncio y etiquetamiento de alimentos y drogas.⁹⁸ Asimismo, establece penas cuando se incurre en la violación de la ley debido a la venta de alimentos que: a) sean dañinos a la salud debido al procedimiento empleado para su elaboración; b) no reúnan las características, sustancias o calidad requeridas para el consumo humano, y c) sean impropios para el consumidor.⁹⁹ La *Food and Drugs Act 1955* impone, por violación a alguno de estos preceptos, una multa no mayor a cien libras esterlinas y/o prisión hasta por tres meses.¹⁰⁰

La segunda, señala como obligatorio el registro de lecheros y establece la uniformidad y etiquetamiento de las botellas de leche, incluyendo el color de los tapones de botellas para denotar la cantidad de crema que contiene la leche.¹⁰¹ Cabe señalar que la composición, descripción y etiquetamiento de leche condensada y en polvo, destinada al consumo humano, se encuentra regulada por un mandato expedido por el Mercado Común Europeo, denominada *Condensed Milk and Dried Milk Regulations 1977*, sección I, 1977, número 928. Esta parte de la ley también prohíbe la venta de leche para el consumo humano producida por vacas enfermas y

⁹⁶ Sección 29 (1).

⁹⁷ Leyes anteriores protegían al consumidor sólo contra la adulteración de ciertos alimentos como pan y té, por ejemplo: *Assize of Bread and Ale 1266*.

⁹⁸ Secciones 1 a 27.

⁹⁹ Secciones 1, 2 y 8.

¹⁰⁰ Sección 106.

¹⁰¹ Secciones 28 a 48.

la adulteración de leche ya sea añadiéndole agua, productos colorantes, leche en polvo o condensada o cualquier otra sustancia.¹⁰² Igualmente prohíbe, además de la venta, la exposición para venta y el almacenamiento de leche adulterada.¹⁰³

La tercera, regula a los mercados y otorga competencia sobre esta materia a los consejos de condado —*county councils*— y al consejo municipal de la ciudad de Londres *Borough Council*.¹⁰⁴ En esta parte de la ley se faculta a las autoridades locales para expedir reglamentos respecto al funcionamiento de los mercados y venta de alimentos en la calle.¹⁰⁵

La cuarta, contiene preceptos respecto al funcionamiento de rastros y mataderos, así como de tiendas al aire libre.¹⁰⁶ Actualmente estas materias están también reguladas por la *Slaughterhouse Act 1974*.

La quinta, contiene preceptos respecto a la administración y funcionamiento de la ley.¹⁰⁷ En esta parte se establece un comité denominado *Food Standards Committee*, integrado por un director, un secretario y nueve miembros. Tres de esos miembros deben ser individuos con conocimientos en la industria de alimentos, otros tres con conocimientos científicos y los tres restantes deben ser personas especializadas en materias que afecten al consumidor. El cargo de secretario lo ocupa el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentos. Generalmente el *Food Standards Committee* es consultado antes de adoptar regulaciones y códigos de práctica.

La *Food and Drugs Act 1955* faculta a los ministros de Estado, encargados de prevenir la adulteración de alimentos y drogas y de proteger la salud pública, para expedir regulaciones que aseguren la observancia de las normas de sanidad y limpieza, así como en relación a actividades vinculadas con: a) la venta de comida para el consumo humano, o b) la importación, preparación, transportación, almacenamiento, empaque, envoltura, envase y exposición de alimentos.¹⁰⁸ Tales regulaciones pueden incluir la construcción de locales, drenajes y servicios sanitarios, cocinas y aparatos de cocina, y vestidos de los empleados.

Los preceptos contenidos en la *Food and Drugs Act 1955* se han complementado con los contenidos en la *Food and Drugs (Control of Premises) Act 1976*. Este último documento establece que la persona que contravenga

¹⁰² Sección 31.

¹⁰³ Sección 32.

¹⁰⁴ Inglaterra tiene veintiséis *county councils*, seis de ellos están en el área metropolitana y veinte en el resto del país. En Gales hay ocho condados. En Escocia, el equivalente a los *county councils* son los consejos regionales —*regional councils*.

¹⁰⁵ Secciones 49 a 61.

¹⁰⁶ Secciones 62 a 81.

¹⁰⁷ Secciones 82 a 121.

¹⁰⁸ Sección 13.

los preceptos la ley de 1955, señalados en el párrafo anterior, y que además venda alimentos en un lugar que no reúna las condiciones sanitarias necesarias, o que el lugar, condiciones, situación, construcción o exposición de alimentos ofrezca riesgos de contaminación, está sujeta a que el tribunal competente, a petición de una autoridad local, clausure el negocio en cuestión. Para tal efecto, el tribunal debe tener plena seguridad de que los alimentos en ese establecimiento significan un riesgo para la salud, ya sea porque se considere o se observe que los productos se preparen, almacenen, ofrezcan y expongan, para su venta, en condiciones insalubres.¹⁰⁹

La persona que contravenga una orden judicial de clausura está sujeta, mediante el juicio sumario —*summary conviction*—, a una multa no mayor de cuatrocientas libras esterlinas.¹¹⁰ Durante el proceso correspondiente, el individuo acusado por alguna violación de la *Food and Drugs Act 1955* puede solicitar que se cite ante el tribunal en cuestión a cualquier persona que estime es la culpable de la violación. En caso de comprobarse que la violación, en efecto, fue cometida por el individuo que señaló el acusado, este último debe ser exculpado.¹¹¹ El acusado que provea la información y pruebas necesarias en contra de la persona que considera que debe imputársele la violación de la ley, puede hacer uso de este recurso aun cuando su inculpado se oculte y no se presente ante el tribunal que lo cite.¹¹²

El principal documento regulador de pesas y medidas es la *Weight and Measures Act 1963*. Entre los antecedentes legislativos de esta ley se encuentran la *Weight and Measures Act 1878* y la *Sale of Food (Weight and Measures) Act 1926*.

La *Weight and Measures Act 1963* distribuye el control de pesas y medidas entre autoridades centrales y locales. El secretario de Estado en materia de precios y protección al consumidor —*Secretary of Prices and Consumer Protection*— tiene entre sus obligaciones la de vigilar que se mantenga una medida uniforme, en todo el país, de la yarda, metro y kilogramo.¹¹³ Todas las pesas y medidas del país deben estar de acuerdo con las oficialmente establecidas, las cuales son denominadas *United Kingdom primary standards*.

El control de pesas y medidas a nivel local es competencia de las siguientes autoridades: a) de cada consejo de condado —*county council*—; b)

¹⁰⁹ *Food and Drugs (Control of Premises) Act, 1976*, sección 1.

¹¹⁰ Sección 5 (1).

¹¹¹ Sección 1.

¹¹² Como ejemplo de casos en que el acusado no pudo demostrar al tribunal que la violación había sido cometida por otro individuo, puede citarse el juicio *Simmons v. London Central Meat Co.*, Crim. L.R. 47 (1958).

¹¹³ Sección. *

del consejo municipal de la ciudad de Londres —*London Borough Council*—, y c) del consejo común de dos distritos de la ciudad de Londres denominados *The City* y *The Temples* —*Common Council for the City and the Temples*.¹¹⁴ Las autoridades locales están facultadas para designar un jefe de inspectores de pesas y medidas, así como los inspectores necesarios para llevar a cabo en forma efectiva las funciones que le ha encomendado la ley.¹¹⁵ Todo inspector debe ocupar el cargo, previo examen satisfactorio.¹¹⁶ El examen es aplicado por un órgano gubernamental denominado *Local Government Training Board*, el que en caso de juzgarlo competente otorga un título aprobatorio que es conocido como *Diploma in Trading Standards*. El examen incluye conocimientos de derecho, economía, estadística y tecnología.

El inspector que realice actos contrarios a los propios de sus obligaciones, amerita ser juzgado por la vía penal.¹¹⁷ Los inspectores tienen facultad para inspeccionar locales dentro de su jurisdicción, debiendo mostrar sus credenciales cuando así se les solicite. La entrada e inspección de locales debe fundarse en una causa razonable: que los equipos de pesas y medidas estén alterados. En ningún caso puede entrar y hacer una inspección cuando las pesas y medidas se encuentran en un local utilizado exclusivamente como casa-habitación.¹¹⁸ La entrada e inspección sin la autorización correspondiente del propietario del local debe estar amparada por una orden judicial.¹¹⁹ La negativa de un propietario para permitir la entrada de un inspector a su local, es un acto violatorio de la ley.¹²⁰

Entre otra de las facultades de los inspectores está la de confiscar y embargar todo equipo cuyas medidas y pesas no se ajustan a las establecidas por la ley.¹²¹

Las violaciones a la *Weight and Measures Act 1963* son juzgadas en forma sumaria. La persona culpable de una violación a la ley se hace acreedora a una multa no mayor a mil libras esterlinas.¹²² Entre las violaciones que pueden dar origen a esta pena máxima están las siguientes: a) utilizar para el comercio unidades e instrumentos de pesas y medidas distintos a

¹¹⁴ *Local Government Act 1972*, sección 201.

¹¹⁵ *Weight and Measures Act 1963*, sección 41.

¹¹⁶ Sección 42.

¹¹⁷ Sección 45.

¹¹⁸ Sección 48. Ver además *Brunner v. Williams*, Crim. L.R. 250 (1975).

¹¹⁹ Sección 48.

¹²⁰ Sección 49.

¹²¹ Sección 48.

¹²² Sección 52, modificada por el *Weight and Measures Bill 1979*, sección 17 (2).

los especificados en la ley;¹²³ b) alterar o falsificar sellos oficiales de equipos de pesas y medidas o, después de haber recibido el sello oficial, alterar las pesas y medidas del equipo;¹²⁴ c) cometer *fraude* mediante el uso de equipos y medidas alteradas;¹²⁵ d) intentar vender o vender efectivamente cantidades menores a las solicitadas por el consumidor;¹²⁶ e) incumplir con algún requisito establecido en las listas anexas a la *Weight and Measures Act 1963 —schedules—* números 4, 5, 6, 7 y 8.¹²⁷ Entre otras violaciones sancionadas con penas menores está la de utilizar para el comercio equipos de pesas y medidas que no hayan sido aprobadas por un inspector.¹²⁸

Además de los recursos de defensa del acusado —similares a los establecidos por la *Food and Drugs Act 1955*, la *Weight and Measures Act 1963*— establece que él puede alegar en su defensa lo siguiente: a) que la violación fue causada por un error o accidente u otra causa fuera de su control, y b) que hizo todo lo razonablemente posible para evitar la violación.¹²⁹

El control de pesas y medidas ha sido recientemente complementado por un documento jurídico titulado *Weight and Measures Bill 1979* que, además de incluir reformas respecto a la cuantía de las multas impuestas por la ley de 1963, establece obligaciones a los empaques e importadores de productos empaques por lo que toca a las pesas y medidas de los paquetes. Asimismo, este documento prescribe la creación de un organismo denominado *National Metrological Co-ordinating Unit* cuyas facultades, entre otras, son las siguientes: a) supervisar el cumplimiento de la ley por parte de los empaques e importadores de productos empaques, así como llevar a cabo las investigaciones necesarias para tal efecto; b) facilitar a toda autoridad local en materia de pesas y medidas la información que considere conveniente para la debida aplicación de la ley; c) prestar asesoría a las autoridades locales en materia de pesas y medidas a efecto de que supervisen el cumplimiento del *Weight and Measures Bill 1979*;¹³⁰ d) colaborar con instituciones similares de otros países; e) asesorar al secretario de Estado competente por lo que se refiere a documentos propuestos por empaques o sus representantes; f) elaborar y mantener una lista con el nombre y dirección de empaques e importadores de

¹²³ Sección 10.

¹²⁴ Sección 15.

¹²⁵ Sección 16.

¹²⁶ Sección 24.

¹²⁷ Sección 22. Por ejemplo, la *schedule 4* establece que la cerveza y la sidra deben ser vendidas al público en medias pintas o múltiplos.

¹²⁸ Sección 11.

¹²⁹ Sección 26.

¹³⁰ *Weight and Measures Bill 1979*, sección 4.

productos empacados, así como de las clases de paquetes importados y marcas utilizadas; g) elaborar y mantener una lista de los nombres y direcciones de las personas que fabrican envases y botellas métricas en cualquier país miembro del Mercado Común Europeo, así como de las marcas que identifican a esos envases y botellas.¹³¹

La *National Metrological Co-ordinating Unit* se integra cuando menos por cinco y por no más de quince miembros, todos ellos nombrados por el gobierno central. Para ser miembro de esa unidad coordinadora se requiere que el candidato sea miembro de un órgano gubernamental local.

El *Weight and Measures Bill 1979*, establece una pena máxima, por la violación a sus preceptos, no mayor de seis meses de prisión y multa no mayor a mil libras esterlinas.¹³²

Las *Prices Act 1974* y *1975*, por su parte, facultan al *Secretary of Prices and Consumer Protection* para autorizar subsidios destinados a la adquisición de alimentos y productos por miembros de la sociedad con ingresos económicos bajos, y para regular precios de alimentos y productos básicos.¹³³ Asimismo esa autoridad gubernamental está facultada para regular las formas en que los precios deben estar marcados e indicados.¹³⁴

Las autoridades competentes para supervisar el cumplimiento de estos ordenamientos jurídicos son las autoridades locales en materia de pesas y medidas. Las personas que violen los preceptos de las leyes de 1974 y 1975 son merecedoras, por vía sumaria —*summary conviction*—, de una multa no mayor a cuatrocientas libras esterlinas, en tanto que si es por la vía ordinaria —*conviction on indictment*— el monto de la multa queda a juicio del tribunal.

Con la *Mock Auctions Act 1961*, se pretende evitar prácticas fraudulentas en subastas, tales como arreglos sobre el costo de bienes en subasta, arreglos de pagos menores a los supuestamente aceptados durante el ofrecimiento de bienes en subasta y arreglos con algún individuo que no esté interesado en adquirir un bien, pero que ofrece cantidades mayores a las de otros postores a efecto de aumentar el precio del bien.¹³⁵

El promover, conducir o cooperar en una subasta fraudulenta trae consigo la comisión de un delito que se sanciona con una multa, en juicio sumario —*on summary conviction*—, no mayor a cien libras y/o prisión máxima de tres meses, o bien, en juicio ordinario —*conviction on indictment*— con una multa no mayor a mil libras y/o hasta dos años de prisión.

¹³¹ Sección 7 (1).

¹³² Sección 3 (1).

¹³³ *Prices Act 1974*, sección 2 y *Prices Act 1975*, sección 2.

¹³⁴ Sección 4.

¹³⁵ Sección 1.

La *Unsolicited Goods and Services Act 1971* está dirigida a evitar las compras de bienes y servicios no solicitados. En ella se establece como un acto delictivo el demandar el pago por concepto de bienes que no hayan sido previamente solicitados por el consumidor.¹³⁶ La violación de este precepto es merecedora de una pena no mayor a cuatrocientas libras esterlinas. Asimismo es delito el enviar material publicitario, con contenido pornográfico, que no haya sido solicitado. Tal acto es penado con multa no mayor a cien libras esterlinas si se trata de la primera vez, pero si se incurre subsecuentemente en la violación entonces la pena correspondiente es una multa no mayor a cuatrocientas libras esterlinas.¹³⁷

Por último, la *Consumer Protection Act 1961* faculta al *Secretary of Prices and Consumer Protection* para establecer los requisitos que debe reunir cualquier producto, a efecto de reducir los riesgos. Asimismo, tiene facultad para requerir que los bienes en venta estén acompañados de instrucciones o advertencias respecto a su uso.¹³⁸

Con fundamento en esta ley se han elaborado diversos reglamentos sobre numerosos productos, entre los cuales se encuentran los siguientes: calentadores de petróleo domésticos,¹³⁹ artefactos eléctricos domésticos,¹⁴⁰ cobijas eléctricas,¹⁴¹ equipos eléctricos,¹⁴² utensilios de cocina,¹⁴³ instrumentos gráficos,¹⁴⁴ juguetes,¹⁴⁵ ropa para niños,¹⁴⁶ y pijamas.¹⁴⁷

De acuerdo con la *Consumer Protection Act 1961*, la posesión y venta de productos que no reúnan los requisitos establecidos se hace acreedora a una sanción.¹⁴⁸ La pena máxima, mediante juicio sumario —*summary conviction*—, es de cien libras esterlinas, y por violaciones subsecuentes doscientas cincuenta libras esterlinas y/o prisión hasta por tres meses.

Uno de los medios más importantes por los que un individuo se convierte en consumidor es la utilización del crédito. De esta forma, las operaciones crediticias se han convertido en una característica del capitalismo moderno. Por medio del crédito los establecimientos comerciales venden

¹³⁶ Sección 2.

¹³⁷ Sección 4.

¹³⁸ Sección 1.

¹³⁹ *Oil Heaters (Safety)*, S.I. n., 167, 1977

¹⁴⁰ *Electrical Appliances (Colour Code)*, S.I. no. 310, 196

¹⁴¹ *Electrical Blankets (Safety)*, S.I. no. 1961, 1971.

¹⁴² *Electrical Equipment, S.I.*, no. 1366, 1975.

¹⁴³ *Cooking Utensil (Safety)*, S.I. no. 1957, 1972.

¹⁴⁴ *Pencil and Graphic Instruments*, S.I. no. 226, 1974.

¹⁴⁵ *Toys (Safety)*, S.I. no. 1367, 1974.

¹⁴⁶ *Children's Clothing (Hood Cords)*, S.I. no. 2, 1976

¹⁴⁷ *Nightdresses*, S.I. no. 839, 1967.

¹⁴⁸ Sección 2.

bienes y servicios a consumidores cuyo ingreso o situación económica no les permitiría adquirir de otra forma.

El principal documento que regula el crédito es la *Consumer Credit Act 1974*. Este ordenamiento tiene como origen el reporte elaborado por un comité —*Crowther Committee*— que se dio a la tarea de revisar el crédito al consumidor.¹⁴⁹ La *Consumer Credit Act 1974* está dividida en doce partes. La primera, establece las funciones del *Director General of Fair Trading*, entre las que se encuentran la de administrar un sistema de licencias necesarias para el funcionamiento de casas de crédito. La segunda, define los términos usados en la ley. La tercera, hace referencia a las licencias necesarias para el funcionamiento de casas de crédito. La cuarta, establece controles sobre anuncios que ofrezcan crédito al consumidor. Las partes quinta a décima regulan las diversas formas de contratos de crédito, celebración, incumplimiento, terminación, y control judicial. La decimaprimeras, contiene preceptos dirigidos a hacer efectivo el cumplimiento de la ley y la última parte incluye preceptos suplementarios.

Asimismo, la *Consumer Credit Act 1974* ha sido un factor determinante para regular la calidad de los bienes en venta. Consecuentemente, ello ha significado un avance en beneficio del consumidor.

Una de las formas de crédito que prevé la *Consumer Credit Act 1974* es por medio de tarjetas de crédito. En Inglaterra, las tarjetas de crédito fueron introducidas durante los años sesenta y su uso ha venido extendiéndose día tras día. Actualmente se calcula que una octava parte de la población adulta de la Gran Bretaña hace uso de este medio de crédito. Sin embargo, el uso de tarjetas de crédito sólo alcanza el uno por ciento del total de las transacciones crediticias.¹⁵⁰

En Inglaterra operan cuatro tarjetas de crédito, ellas son: *Barclaycard*, *Access*, *American Express* y *Diners Club*. Las dos primeras ofrecen un sistema de crédito revolvente mediante el cual los consumidores reciben una cuenta mensual de los gastos efectuados y tan sólo un tanto por ciento del total debe ser pagado, junto con un interés adicional, en un plazo no mayor de veinticinco días si no se quieren pagar intereses adicionales 2% mensual y 26.8% anual.

El sistema de las dos tarjetas restantes requiere que las deudas adquiridas por su uso sean pagadas totalmente una vez que el poseedor de la tarjeta recibe la cuenta correspondiente. Generalmente las cuentas son enviadas mensualmente y el retraso del pago respectivo trae consigo el cargo de un interés adicional. Además, la concesión del uso de estas dos tarjetas de crédito trae un cargo anual.

¹⁴⁹ *Cmnd.* 4596, March 1971.

¹⁵⁰ *The Times*, January 21, 1977, p. 8.

La diferencia de sistemas entre estas tarjetas de crédito tiene diversas implicaciones y efectos legales. Las operaciones de crédito realizadas mediante *Barclaycard* y *Access* son contratos de crédito regulados por la *Consumer Credit Act 1974*, en tanto que las realizadas por medio de *American Express* y *Diners Club*, por requerir el pago total y no a plazos del crédito contraído, son clasificadas como *exempt agreements*, los cuales están excluidos de la aplicación de los preceptos contenidos en la ley de 1974. En consecuencia, la operación de estas dos tarjetas de crédito no requiere de una licencia —en la forma prevista por la *Consumer Credit Act 1974*—, y además los otorgantes de las tarjetas no son responsables junto con el vendedor en caso de que un consumidor adquiera con el uso del crédito un producto defectuoso.¹⁵¹

La *Consumer Credit Act 1974* cubre otros aspectos relacionados con las tarjetas de crédito. Por ejemplo, en un principio, con el propósito de adquirir afiliados, se acostumbró enviar por correo tarjetas de crédito sin que hubiese una solicitud previa por parte del consumidor. Actualmente la ley de 1974 prohíbe tal práctica si no existe el consentimiento previo del consumidor.¹⁵² Asimismo, según esa ley, un consumidor no es sujeto de responsabilidad si su tarjeta de crédito se extravía antes de firmarla y ésta es usada de manera fraudulenta por otro individuo.¹⁵³

Cuando el consumidor extravía una tarjeta de crédito debe informar de tal hecho inmediatamente a la institución emisora. En este supuesto, cuando el consumidor informa la pérdida antes de que alguien haga uso de ella en forma fraudulenta, entonces no existe obligación alguna de realizar los pagos correspondientes al uso indebido de ella; sin embargo, cuando el consumidor informa del extravío de la tarjeta y para ese momento ya se ha hecho uso fraudulento de ella, entonces estará obligado a pagar una cantidad no mayor de treinta libras esterlinas.¹⁵⁴ En principio, la notificación de la pérdida de una tarjeta de crédito se hace en forma oral y, posteriormente, en forma escrita.¹⁵⁵

Otra materia que regula la *Consumer Credit Act 1974* es la operación de agencias proveedoras de referencias para el otorgamiento de crédito. La mayoría de estas agencias obtienen ganancias mediante el pago de cada una de las investigaciones que se les encargan. Asimismo hay otras agencias patrocinadas por asociaciones de establecimientos comerciales, las que prestan sus servicios a cada miembro sin otro cargo más que el de su cuota

¹⁵¹ Secciones 16 (5) (a), 25 y 27.

¹⁵² Sección 51.

¹⁵³ Sección 84 (5).

¹⁵⁴ Sección 84.

¹⁵⁵ Sección 66 (1).

de miembro. Un ejemplo de este último tipo de agencias es la *National Credit Register*, con una membresía de aproximadamente doce mil establecimientos comerciales.

De acuerdo con la *Consumer Credit Act 1974* los otorgantes de un crédito están obligados a informar al deudor, previa la solicitud correspondiente por escrito, del nombre y dirección de la agencia proveedora de referencias, la cual haya proporcionado algún dato acerca de su situación económica.¹⁵⁶ Este derecho puede ejercerse sólo cuando la petición escrita del deudor ha sido recibida dentro de los veintiocho días siguientes a partir del término de las negociaciones entre las partes, dirigidas a la celebración del contrato de crédito.¹⁵⁷ El incumplimiento por parte del prestador del crédito, de proporcionar tal información, trae consigo la comisión de un delito.¹⁵⁸

Una vez que el deudor ha hecho su solicitud por escrito a la agencia proveedora de referencias y pagado una cantidad establecida por la ley,¹⁵⁹ la agencia en cuestión está obligada a proporcionar una copia del expediente que contenga los datos del interesado. En caso de que no exista un expediente, la devolución de la cantidad establecida por la ley no es obligatoria. La agencia que no proporcione tal información en los términos previstos por la *Consumer Credit Act 1974*, comete un delito.¹⁶⁰

Una vez que el consumidor recibe la copia de su expediente y estima que alguno de los datos es incorrecto y que se le perjudica en esa forma, debe informar de tal hecho a la agencia en cuestión, a efecto de que tomen las medidas necesarias para corregir los datos.¹⁶¹

La agencia de referencias que haya sido informada por el consumidor acerca de la falta de veracidad de los datos contenidos en su expediente debe poner en el conocimiento del afectado, dentro de un plazo no mayor a veintiocho días, que tales datos han sido: a) suprimidos, b) corregidos, o c) que no se llevó a cabo modificación alguna. Cuando el expediente haya sido corregido debe enviársele una copia al consumidor afectado.¹⁶²

Cualquier controversia entre un consumidor y una agencia de referencias debe ser sometida, por cualquiera de las partes, al *Director General of Fair Trading*, quien deberá emitir un fallo. El incumplimiento del fallo emitido por esta autoridad trae consigo la comisión de un delito.¹⁶³

¹⁵⁶ Sección 154 (1).

¹⁵⁷ Sección 154 (2).

¹⁵⁸ Sección 154 (3).

¹⁵⁹ 25 pence.

¹⁶⁰ Sección 155 (1), (3) y (4).

¹⁶¹ Sección 156 (1).

¹⁶² Sección 156 (1) (2).

¹⁶³ Sección 156 (5) (6).

De acuerdo con la *Consumer Credit Act 1974*, el gobierno central está facultado para regular la forma y contenido de los contratos de crédito. Tales regulaciones deben estar dirigidas a asegurar que el deudor tenga pleno conocimiento de: a) los derechos y obligaciones que adquiere mediante un contrato de crédito; b) la cantidad e interés totales del crédito; c) los derechos y recursos previstos por la *Consumer Credit Act 1974*, y d) cualquier otro aspecto que a su juicio deba ser del conocimiento del consumidor.¹⁶⁴

Para que un contrato de crédito sea ejecutorio deben, entre otros, reunirse los siguientes requisitos: a) que el contrato contenga los términos prescritos por el *Director General of Fair Trading*, y b) que el contrato en cuestión esté en condiciones legibles para el deudor.¹⁶⁵

Los consumidores que celebren un contrato de crédito deben recibir al menos una copia del contrato en cuestión,¹⁶⁶ esto para que el consumidor tenga un documento que le informe sobre sus obligaciones y derechos, a la vez que lo proteja contra posibles fraudes del otorgante de un crédito. Cuando se prevé que un contrato de crédito pueda ser cancelado por el deudor,¹⁶⁷ se requiere que así se manifieste expresamente, además debe indicarse la forma y momento, así como nombre y dirección de la persona que debe ser notificada para tal efecto.¹⁶⁸ Cuando un contrato de crédito es incumplido por el deudor, el otorgante del crédito sólo puede obligar a la contraparte a cumplir con los términos del contrato, o bien, recobrar los bienes adquiridos por medio del crédito, con la correspondiente orden judicial.¹⁶⁹

Un error cometido con frecuencia por los consumidores es el de firmar un contrato de crédito sin tener conocimiento preciso del contenido y efecto y, en consecuencia, al desconocer sus obligaciones y derechos dejan de ejercer acciones porque los plazos prescritos por la ley han transcurrido. Con el propósito de proteger al consumidor contra tales situaciones, la *Consumer Credit Act 1974* establece la obligación, por parte de los prestamistas, de informar con precisión al deudor sobre el contenido y significado de las cláusulas del contrato respectivo.¹⁷⁰

Los negocios prestadores de crédito al consumidor requieren de licencia para operar. Están exceptuadas de esta obligación: a) las autoridades lo-

¹⁶⁴ Sección 61 (1).

¹⁶⁵ Sección 61 (1).

¹⁶⁶ Secciones 62 (1) y 63 (1).

¹⁶⁷ Sección 67.

¹⁶⁸ Secciones 64 (1) y 69.

¹⁶⁹ Sección 65 (1).

¹⁷⁰ Sección 55 (1).

cales que presten este tipo de servicios, y b) las corporaciones así autorizadas mediante un acta parlamentaria para llevar a cabo tales servicios.¹⁷¹

Las licencias pueden ser de dos tipos: personales —*personal licence*— y colectivas —*group licence*—. Las primeras son otorgadas específicamente a un individuo, previa la solicitud del interesado; las colectivas son otorgadas a un grupo de individuos, previa la solicitud de los interesados o de su representante común. Las actividades autorizadas que han de realizarse son señaladas en la misma licencia, al igual que la vigencia de la autorización.¹⁷²

El poseedor de una licencia está impedido para cederla o transmitirla en cualquier forma.¹⁷³ Las licencias pueden ser renovadas y, asimismo, el poseedor puede solicitar una modificación de las actividades autorizadas.¹⁷⁴ El *Director General of Fair Trading* puede revocar o suspender una licencia cuando así lo considere necesario.¹⁷⁵

De acuerdo con la *Consumer Credit Act 1974*, cuando se trata de un contrato en el cual las partes son un deudor, un acreedor y un comerciante —*debtor-creditor-supplier*—, en caso de que el comerciante cometa un fraude, el deudor tiene el recurso de reparación de daños no sólo contra éste, sino también contra el otorgante del crédito, es decir, ambos son responsables por daños y están obligados a realizar la reparación correspondiente.¹⁷⁶ Sujeto a cualquier acuerdo entre el prestamista y el comerciante, el segundo debe indemnizar al primero por cualquier pérdida sufrida a causa de fraude al consumidor, incluyendo costas judiciales.¹⁷⁷ De igual manera, la *Supply of Goods (Implied Terms) Act 1973*, establece que acreedor y comerciante comparten responsabilidades por daños provocados por bienes de baja calidad adquiridos mediante contrato de compra a plazos.¹⁷⁸

Cuando un deudor incumple los términos de un contrato, el prestamista debe de notificar por escrito, tal hecho a la contraparte. Una vez cumplido este requisito, el prestamista está en posibilidad, entre otras: de: a) dar por terminado el contrato b) demandar un pago por adelantado, o c) recuperar la posesión del bien.¹⁷⁹ La notificación debe reunir los siguientes

¹⁷¹ Sección 21 (1) (2) y (3).

¹⁷² Sección 22 (1).

¹⁷³ Secciones 22 (2) y 37

¹⁷⁴ Sección 29 (1).

¹⁷⁵ Sección 32.

¹⁷⁶ Sección 75 (1).

¹⁷⁷ Sección 75 (2).

¹⁷⁸ Sección 10 (2) (3). Ver además *Branwhite v. Worcester Works Finance Ltd.*, I.A.C. 552 (1969).

¹⁷⁹ *Consumer Credit Act 1974*, sección 86 (1) (a) (b) y (c).

tes datos: *a*) naturaleza del incumplimiento que se le imputa; *b*) si el incumplimiento es factible de ser remediado, deben señalarse las acciones necesarias para tal fin, así como el plazo límite dentro del cual deben ser llevadas las acciones correspondientes; *c*) si el incumplimiento no es remediable debe señalarse la suma que ha de ser pagada como medida de compensación y la fecha límite para ser cubierta.¹⁸⁰ Los plazos de las fechas límite no deben ser menores de siete días a partir del momento en que se reciba la notificación de incumplimiento.¹⁸¹

Cuando ocurren los supuestos siguientes: *a*) que el deudor no cumpla con los términos del contrato; *b*) que el deudor haya pagado al acreedor una tercera parte o más del precio total del bien, y *c*) que la propiedad de los bienes siga siendo del acreedor, entonces el mismo no está autorizado a recobrar la posesión de los bienes salvo mediante orden judicial.¹⁸² Si la posesión de los bienes es recuperada sin la correspondiente orden judicial, se producen los siguientes efectos: *a*) el contrato estará terminado, y *b*) el deudor quedará libre de cualquier responsabilidad que surja del contrato y estará capacitado para recuperar las cantidades hechas previamente al acreedor.¹⁸³

El deudor puede, en cualquier momento, realizar el pago total de la deuda contraída por medio de un contrato de crédito.¹⁸⁴ Para tal efecto, el deudor debe informar por escrito al acreedor su propósito de saldar la deuda correspondiente.¹⁸⁵ La notificación debe hacerse con una anticipación de cuando menos tres meses, salvo que en el contrato se establezca un plazo menor.¹⁸⁶ El acreedor que recibe un aviso por escrito del deudor, a efecto de realizar el pago por adelantado de su deuda dentro de los plazos previstos por la ley, debe dar al deudor el estado de su cuenta hasta ese momento y especificar la forma en que debe cubrirse el resto de la deuda.¹⁸⁷ Si el acreedor no cumple con esta obligación en el plazo de un mes, entonces estará incapacitado para exigir el cumplimiento de los términos contractuales y, asimismo, estará cometiendo un delito.¹⁸⁸

La *Consumer Credit Act 1974* otorga a los tribunales de condado —*county courts*— amplias facultades para conocer y decidir sobre cualquier

¹⁸⁰ Sección 87 (1).

¹⁸¹ Sección 87 (2) y 87 (6).

¹⁸² Sección 90 (1). Ver además *Mercantile Credit Co. Ltd. v. Cross* 2 Q.B. 205 (1965), *Bentinck Ltd. v. Cromwell Engineering Co. Ltd.* 1 Q.B. 324 (1971).

¹⁸³ Sección 91.

¹⁸⁴ Sección 94 (1).

¹⁸⁵ Sección 94 (2).

¹⁸⁶ Sección 95 (1), (2) y (3).

¹⁸⁷ Sección 98 (2).

¹⁸⁸ Sección 98 (3).

controversia respecto a un contrato de crédito.¹⁸⁹ Por lo que se refiere a los contratos de compra de plazos o de venta condicionada, estos tribunales tienen facultad para: *a*) modificar el contrato en forma justa; *b*) expedir órdenes —*return orders*— para la devolución de los bienes al acreedor, que hayan sido materia del contrato, y *c*) expedir órdenes —*transfer orders*— para entregar al deudor los títulos de propiedad del acreedor, que sean materia del contrato en cuestión.¹⁹⁰

Las *county courts* están asimismo facultadas para determinar si un contrato de crédito es “abusivo” o no.¹⁹¹ Un contrato de crédito es “abusivo” si se dan los siguientes supuestos: *a*) que se requiera que el deudor o un pariente realicen pagos exorbitantes, o *b*) que se contravengan los principios generales de negociación justa.¹⁹² La consideración sobre lo “abusivo” o no de un contrato debe basarse principalmente en los siguientes factores: *a*) interés del préstamo; *b*) edad, experiencia, conocimiento de negocios y estado de salud del deudor, y *c*) presiones económicas que sufrió el deudor al momento de haber contraído la deuda.¹⁹³ Cuando los términos de un contrato de crédito son “abusivos” según el criterio de una *county court*, ese mismo órgano judicial puede determinar que el contrato sea modificado.¹⁹⁴

La violación de los preceptos de esta ley trae consigo la imposición de una multa en juicio sumario —*summary conviction*—, no mayor de cuatrocientas libras esterlinas, o bien, en juicio ordinario —*conviction on indictment*— prisión por no más de dos años y/o multa (en la ley no se especifica un límite).

Con base en las líneas anteriores puede concluirse que en Inglaterra el criterio judicial en materias relativas al consumidor, se apoya en diversos principios jurídicos tales como el de la sacralidad de los contratos y el de igualdad de las partes, así como en otras interpretaciones judiciales de esos principios que datan de lejana época. Los principios y doctrinas que estructuran al derecho privado inglés han sido construidas para ser aplicadas imparcialmente a las partes. Sin embargo, debido a que la interpretación de los principios estructurales del derecho privado no se ha desarrollado en forma paralela a las relaciones económicas entre consumidores y comerciantes o productores, en ocasiones la interpretación judicial de diversos principios no ofrece la protección que requiere el consumidor.

¹⁸⁹ Sección 127 (1) (2) (3) y (4).

¹⁹⁰ Secciones 130 y 134.

¹⁹¹ Sección 136 (1).

¹⁹² Sección 137 (1).

¹⁹³ Sección 137 (2) (3) y (5).

¹⁹⁴ Sección 138 (1) (2) y (3).

Del análisis de los diversos juicios en que está involucrado un consumidor se desprende que el criterio judicial inglés se ha apoyado generalmente en consideraciones formales que se fundan en el ofrecimiento y aceptación de las partes sin tomar mayormene en cuenta lo que las partes —particularmente el consumidor— entendieron aceptar y que, consecuentemente, les llevó a celebrar un acto contractual.

Con el propósito de remediar la desigualdad en que se puede encontrar el consumidor frente al comerciante o productor, el Parlamento inglés ha promulgado diversos documentos legislativos, los que en ocasiones convierten en inoperantes algunos criterios judiciales ancestrales y, asimismo, son económicas que afectan al consumidor. Esos estatutos facultan a ciertas autoridades gubernamentales para que ejerzan una supervisión y aplicación de los preceptos contenidos en los mismos. Asimismo, esos documentos prevén la imposición de sanciones penales en caso de incumplimiento o violación de los preceptos correspondientes.

De esta forma, actualmente los principales avances en materia de protección al consumidor están contenidos en diversos documentos legislativos regulados por el gobierno.

José Luis STEIN

BIBLIOGRAFÍA

I. *Libros:*

- AAKER, David A. and DAY, George S., *Consumerism*, Free Press, New York, 1974 (2nd. ed.).
- BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS, *A Study of Advertising in the U.K. and the Federal Republic of Germany*, Consumer's Association, London, 1974.
- CRANSTON, ROSS, *Consumers and the Law*, Weidenfeld and Nicolson, London, 1978.
- DOWNES, Anthony, *An Economic Theory of Democracy*, Harper and Row, New York, 1957.
- FRIEDMAN, Milton, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962.
- HALBURY'S LAWS OF ENGLAND (3rd. ed.).
- HARVEY, Brian W., *The Law of Consumer Protection and Fair Trading*, London Butterworths, Great Britain, 1978.
- NADEL, Mark V., *The Politics of Consumer Protection*, Bobbs-Merill, 1971.
- NATIONAL CONSUMER COUNCIL, *Industrial Democracy and Consumer Democracy*, London, 1975.
- NATIONAL CONSUMER COUNCIL, *The Fourth Right of Citizenship*, London, 1977.
- POSNER, Richard A., *Economic Analysis of Law*, Boston, 1972.
- ROBERTS, William, *The Formation of Consumer Protection Policy in Britain 1945-1973*, Ph.D. Thesis, Kent, 1975.
- STREET, Harry, *The Law of Torts*, Butterworths, London, 1976 (6th. ed.).
- WALTON, Anthony, *Russell on Arbitration*, Stevens, London, 1970 (18th. ed.).

II. *Artículos:*

- AXWCORTHY, Christopher S., "Consumer Co-operatives and the Rochdale Principles today", *Osgoode Hall Law Journal* 15, 1977.
- BROUGH, Edward, "Industrial Responsibility towards the Consumer", *Law Society Gazette* 69, 1972.

- "Consuming Interest", *New Society*, August 5, 1976.
- DARBY, Michall R. and KARNI, Edi, "Free Competition and the Optimal Amount of Fraud", *Journal of Law and Economics* 67, 1973.
- EOVALDI, Thomas L. and GESTIN, Joan E., "Justice for Consumers: The Mechanisms of Redress", *N.W. U.L. Review* 66, 1971.
- FELTHAM, Ivan R., "The New Regulatory State: Economic and Business Regulation Tomorrow", *Canadian Bar Review* 51, 1973.
- GREEN, Mark J., "Appropriateness and Responsiveness: Can the government Protect the Consumer", *Journal of Economic Issues* 8, 1974.
- GRIMWARD, G. T., *Consumerism in the U.K.*, *Consumerism, a Threat or a Challenge*, Institute of Practitioners in Advertising, London, 1973.
- HALVERSON, James J., "Trade Associations Timidity or Tempered Expansion of Roles", *Antitrust Bulletin* 19, 1974.
- HODGES, Lucy and MEDAWAR, Charles, "Advertising: the Act of the Permissible", *Social Audit*, v. 2, 1974.
- JOLOWICZ, Anthony, "The Protection of the Consumer and Purchaser of goods under English Law", *Modern Law Review* 33, 1969.
- MACINTOSH, Joan, "The Consumer's Broad Front", *The Times*, October 6, 1976.
- MC ROBERT, R., "Nader's British Raiders", *New Society*, October 29, 1971.
- METHVEN, M. J., "The Role of the Office of Fair Trading", *City of London Review*, Lent, 1975.
- MITCHELL, Jeremy, "Codes and the Consumer", *Marketing*, April, 1976.
- NELSON, Phillip, "Information and Consumer Behaviour" *Journal of Political Economy* 78, 1970.
- OFFICE OF FAIR TRADING, "Monitoring Information of the AMEDA Code", Briefing Note, September, 1976.
- PARKIN, Solomon, "Trade Unions and Consumerism", *Journal of Economic Issues* 7, 1973.
- PITOFSKY, Robert, "Beyond Nader: Consumer Protection and the Registration of Advertising", *Harvard Law Review* 90, 1977.
- SEIDMANN, Robert B., "Contract Law, the Free Market and State Intervention: a Jurisprudential Perspective", *Journal of Economic Issues* 7, 1970.
- STEELE, Eric H. "Fraud, Dispute and the Consumer: Responding to Consumer Complaints", *Pennsylvania Law Review* 123, 1975.
- STIGLER, George J., "The Law and Economics of Public Policy", *Journal of Legal Studies* I, 1972.
- TIVEY, Leonard, "The Politics of the Consumer", *Political Quarterly* 39, 1968.

WINTER, Ralph, "Economic Regulation c. Competition Ralph Nader and Creeping Capitalism", *Yale Law-Journal* 82, 1973.

WARNE, Clinton, "The Consumer Movement and the Labour Movement", *Journal of Economic Issues* 7, 1973.

"Medicine Advertisements", *Which?*, September, 1972.

"Small Advertisement in Weekend Newspapers", *Which?*, September, 1973.

"Advertising Controls on Cigarettes", *Which?*, June, 1976.

"Travel Agents", *Which? (Holiday Which?)*, September, 1976.

III. Reportes oficiales:

Crowther Committee, *Cmnd.* 4696, 1971.

Department of Prices and Consumer Protection, *National Consumers' Agency, Cmnd.* 5725, 1974.

Final Report of the Committee on Consumer Protection, *Cmnd.*, 1781, 1962.

National Federation of Consumer Groups, *Annual Reports 1974-1976, National Federation of Consumer Groups a brief account*, Birmingham, 1976.

National Consumer' Agency, Cmnd. 5726, 1974.

IV. Estatutos jurídicos:

Administration of Justice Act 1970.

Administration of Justice Act 1973.

Administration of Justice Act 1977.

Adulteration of Food or Drink Act 1960.

Arbitration Act 1950.

Assize of Bread and Ale 1266.

Auctions (Bidding Agreements) Act 1927.

Auctions (Bidding Agreements) Act 1969.

Bread Act 1836.

Consumer Credit Act 1974.

Consumer Protection Act 1961.

Consumer Protection Act 1971.

Counter-Inflation Act 1973.

County Courts Act 1959.

Courts Act 1971.

Criminal Justice Act 1967.

Criminal Law Act 1977.

Defective Premises Act 1972.

Disposal of Uncollected Goods Act 1952.

European Communities Act 1972.
Fabrics (Misdescription) Act 1913.
Fair Trading Act 1973.
Food and Drugs Act 1955.
Food and Drugs (Control of Food Premises) Act 1976
Health and Safety at Work Act 1974.
Hire — Purchase Act 1938.
Hire — Purchase Act 1964.
Hire — Purchase Act 1965.
Insurance Companies Act 1974.
Limitation Act 1939.
Limitation Act 1975.
Local Government Act 1972.
Medicines Act 1968.
Merchandise Marks Act 1953.
Misrepresentation Act 1967.
Mock Auctions Act 1961.
Monopolies and Mergers Act 1965.
Monopolies and Restrictive Practices (Inquiry and Control) Act 1948.
Pharmacy and Medicines Act 1941.
Price and Assise of Bread 1709.
Price Commission Act 1977.
Prices Act 1974.
Prices Act 1975.
Resale Prices Act 1976.
Restrictive Trade Practices Act 1956.
Restrictive Trade Practices Act 1968.
Restrictive Trade Practices Act 1976.
Restrictive Trade Practices Act 1977.
Sale of Goods Act 1893.
Supply of Goods (Implied Terms) Act 1973.
Torts (Interference with goods) Act 1977.
Trade Descriptions Act 1968.
Trade Descriptions Act 1972.
Trading Representations (Disabled Persons) Act 195
Trading Stamps Act 1964.
Unfair Contract Terms Act 1977.
Unsolicited goods and Services Act 1971.
Unsolicited goods and Services (Amendment) Act 1975.
Weights and Measures Act 1963.
Weights and Measures Act 1976.

Weight and Measures (Metric System) Act 1897.

V. *Códigos de conducta adoptados por asociaciones de comerciantes y productores:*

Cars, The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, Great Britain H.M.S.O., UDO (Litho), Ltd., Dd., 085183, Pro 7944, 1976.

Electrical Goods, Office of Fair Trading and the Central Office of Information, England, H.M.S.O., Cook, Hammond and Kell Ltd., Dd. 085487, Pro 8170, 1977.

Furniture, The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, England, H.M.S.O., Thurman Litho Ltd., Dd. 554910, Pro. 9673, 1978.

Launderets and Dry Cleaners, The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, England, H.M.S.O., Office by Denvergraphic Ltd., Dd. 085219, Pro 7922, 1976.

Package Holidays, The Office of Fair Trading and the Central Office of Information, England, H.M.S.O., Cook, Hammond & Kell Ltd., Dd. 445949, Pro. 5851, 1977.

Shoes, Office of Fair Trading and the Central Office of Information, England, H.M.S.O., G.L.R. Offset Ltd., Dd. 085373 Pro. 7921, 1976.

VI. *Reglamentos preventivos* (reguladores de las características y material con que deben ser hechos diversos productos):

Children's Clothing (Hood Cords), S.I., no. 2, 1976.

Cooking Utensils (Safety), S.I., no. 1957, 1972.

Electrical Appliances (Colour Code), S.I., no. 310, 1969.

Electrical Blankets (Safety), S.I., no. 1961, 1971.

Electrical Equipment, S.I., no. 1366, 1975.

Nightdresses, S.I., no. 839, 1967.

Oil Heaters (Safety), S.I., no. 167, 1977.

Pencil and Graphic Instruments, S.I., no. 226, 1974.

Toys (Safety), S.I., no. 1367, 1974.

VII. *Juicios:*

Allen v. Distillers Co. Biochemicals, *The Times*, July 13, 1973.

Andrew v. Hopkins, 1 Q.B. 229 (1957).

Bealey v. Taylor, 3 All E.R. 253 (1967).

Branwhite v. Worcester Works Finance Ltd., I.A.C. 552 (1969).

- Brunner v. Williams*, Crim. L.R. 250 (1975).
Crest Homes Ltd. v. Ascott, *The Times*, February 5, 1975.
Curtis v. Chemical and Lyeing Co., 1 K.B. 805 (1951).
Dick Bentley Productions Ltd. v. Harold Smith Motors, 2 All E.R. 65 (1965).
Donoghue v. Stevenson, A.C. 562 (1932).
Forman and Co. Pty. v. The Ship Diddesdale, A.C. 190 (1900).
Godley v. Perry, 1 All E.R. 36 (1960).
Hubbard v. Pett, Q.B. 142 (1976).
Jackson v. Horizon Holiday Ltd. 1 W. L.R. 1468. (1975).
Jarris v. Swan Tours, 1 Q.B. 233 (1973).
Leaf v. International Galleries, 2 K.B. 86, (1950).
Long v. Lloyd, 1 W.L.R. 753 (1958).
Mendelssohn v. Norman Ltd., 1 Q.B. 177 (1970).
Morris v. C.W. Martin and Sons, 1 Q.B. 177 (1966).
North Western Gas Beard, v. Aspden, Crim. L.R. 301 (1970).
Oscar Chess v. Williams, 1 All E.R. 325 (1957).
Pharmaceutical Society of Great Britain v. Boots, 1 Q.B. 401 (1953).
Printing and Numerical Registering Co. v. Sampson, L.R. 19 Eq. 462 (1875).
Re, Taylor's Application, 2 Q.B. 369 (1972).
Reed v. Dean, 1 K.B. 188 (1949).
Richards v. Westminster Motor Ltd., 119 Sol. Jo. 626 (1975).
Robertson v. Diccico, R.T.R. 431 (1972).
Robinson v. Motor Mart Ltd., 2 D.L.R. 427 (1955).
Simmons v. London Central Meat Co., Crim. L.R. 47, (1958).
Slater v. Hoyle and Smith, 2 K.B. 11 (1920).
Spartans Steel and Alloys v. Martin and Co. (Contractors) Ltd., Q.B. 27 (1973).
Tarleton Engineering Co. Ltd. v. Natrass, 1 W.L.R. 1262 (1973).
Thomson v. London, Midland and Scottish Railway, 1 K.B. 41 (1930).
Trackman v. New Vistas Ltd., C.L.Y. 527 (1959).
Vacwell Engineering v. B.D.H. Chemicals Ltd., 1 Q.B. 88 (1971).
Wickens Motors (Gloucester) Ltd. v. Hall, 1 W.L.R. 1418 (1972).
Young and Marten v. McManus Childs, 1 A.C. 54 (1969).