

PRESENTACIÓN DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS DE TRABAJO

El presente estudio se integra por dos partes. La primera dedicada al estudio del régimen jurídico aplicable a la comercialización de los vehículos automotores en México. La segunda acerca de la legislación en algunos estados de la Unión Americana en relación con la distribución y comercialización de automotores.

En lo que toma a la primera parte del estudio, se debe señalar que en la industria automotriz se plantean diversas interrogantes relacionadas con los instrumentos jurídicos que utilizan para llevar a cabo la comercialización de vehículos. La principal tendría que ver con la naturaleza jurídica de los contratos que suscriben, puesto que, podrían revestir elementos propios al contrato de franquicia.

Dicha interrogante justifica la pertinencia de estudiar los principales aspectos jurídicos relacionados con la comercialización de automotores, en particular la relación jurídica que se da entre quien produce automotores y quienes los comercializan.

En este contexto, se determinó como eje de la investigación analizar los instrumentos jurídicos por medio de los cuales se norman las relaciones comerciales entre los armadores y los distribuidores, puesto que de su contenido obligacional (clausulado) se puede establecer su posible naturaleza jurídica, a fin de precisar frente a qué tipo de contratos nos encontramos.

Para el logro de nuestro objetivo, en el presente trabajo estudiaremos los diversos contratos que celebra la industria automotriz con los distribuidores de automotores. Aspecto que, aten-

diendo a sus similitudes y diferencias, nos permitirá establecer cuáles son las prácticas jurídicas en materia de comercialización de vehículos automotores en nuestro país.

En tal sentido, se partirá del análisis del régimen jurídico aplicable a la comercialización de vehículos en México, desde la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos hasta la Ley Federal de Competencia Económica.

Nos ocuparemos de la legislación relacionada con el tema, entre ella, el Código de Comercio y el Código Civil, atendiendo a la supletoriedad expresa que establece el primero de los códigos nombrados en favor del segundo. También disertaremos acerca de temas relacionados con la protección a los consumidores, en particular la Ley Federal de Protección al Consumidor. Además, analizaremos el contenido de la NOM-037-SCFI 1994 “Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores”.

Se abordará también, temas como el contrato de franquicia, que regula el artículo 142 de la Ley de la Propiedad Industrial, y sus diversas especies; nos adentraremos en el estudio de algunos contratos mercantiles, entre ellos, el contrato de franquicia, el contrato de suministro; la concesión; el contrato de distribución o concesión mercantil, y los contratos de adhesión.

Posteriormente, nos ocuparemos del análisis de los contratos que celebran las armadoras a la luz del derecho mexicano, entre estos, los de Renault de México, Volkswagen de México, Ford, General Motors de México, Chrysler de México, Nissan, Mercedes Benz, Dina, Kenworth y Honda.

El presente estudio nos permitirá tratar de establecer cuál es la naturaleza jurídica de los contratos que suscriben los armadores y los distribuidores, su aportación principal será la posibilidad de establecer un marco de relaciones más equitativas entre las partes involucradas en la comercialización de automotores.

En relación con el apartado que hace referencia a la legislación de los Estados Unidos de América, desde el punto de vista metodológico, para efectos de una debida delimitación del tema

que nos ocupa, se estudiaran las legislaciones de los estados de California, Florida y Michigan. Se han elegido dichos estados debido a que representan una muestra de las diferentes maneras en que los estados de la Unión Americana han decidido reglamentar el tema de la distribución y comercialización de automotores. Por ejemplo, el estado de California es uno de los pioneros en este tipo de reglamentación, dicha legislación ha sido una de las revisadas por la Suprema Corte de Justicia estadounidense en 1978 en el caso *New Motor Vehicle Board of California vs. Orrin W. Fox Co.* También se eligió el estado de Florida porque es una de las legislaciones que ha sido revisada y modificada en los últimos años. Por último, el estado de Michigan se considera representativo por la obvia actividad que tiene en este ramo y la concentración de un número importante de fabricantes.

No debe pensarse que la legislación de los estados de la Unión Americana es algo que tiene mucho tiempo, como lo señala Forehand y Forehand, es a partir de la década de los setenta que se da la oleada de legislaciones en la materia; incluso algunos estados no legislaron las relaciones entre fabricantes y distribuidores hasta los años ochenta.⁷

Ahora bien, ¿Desde qué perspectiva se va a emprender el estudio de estas legislaciones? Tomando en consideración que en la propuesta de trabajo se detectan varios elementos urgentes en nuestro país para una nueva normatividad en la materia, son estos temas los que van a ser objeto de estudio. Es decir, dado que en los objetivos y en el desarrollo y contenido de la investigación se advierten nueve puntos débiles en la reglamentación de la distribución y comercialización de autos, son a éstos a los que nos vamos a enfocar.

Por otro lado, conceptualmente, resulta obvio señalar que las legislaciones de los tres estados son distintas en su terminología y en su forma de abordar la reglamentación en la distribución y comercialización de automotores; por ejemplo, un tema difícil de

⁷ Cfr. "Motor Vehicle Dealers and Motor Vehicle Manufacturers: Florida Reacts to Pressures in the Marketplace", *Florida State University Law Review*, p. 1064.

homologar es la denominación que le vamos a dar al fabricante: se trata de un distribuidor, importador, franquiciante, y cómo denominar al que consideramos distribuidor: agente, franquiciatario. En la legislación de los estados que consideramos, las denominaciones son distintas, para el fabricante se utiliza: *factory branch, licensee, manufacturer, distributor, importer, franchisor*, etcétera, y para el distribuidor: *franchisee, y dealer* básicamente. A lo que queremos llegar es a lo siguiente: para efectos de este estudio, las partes se van a denominar *fabricante y distribuidor*, ello independientemente del acuerdo que tengan y la modalidad bajo la cual rigen sus actividades; sin embargo, cuando sea necesario vamos a distinguir a las partes, dependiendo de la naturaleza del contrato celebrado. Por *fabricante* nos referimos a aquel que suministra automotores a los distribuidores, y por *distribuidor* a cualquier persona física o moral que con base en un acuerdo se dedica a la venta, servicio o reparación de automotores.

En ese tenor de ideas, se plantean varios interrogantes a solucionar: prohibición de condicionamiento, amenazas o coerción; trato discriminatorio o desigual para los distribuidores; fijación de precios y otras condiciones que afectan a los consumidores; ventas directas de los fabricantes; servicio posventa, garantías, refacciones, y mantenimiento; nuevas agencias, concesiones o franquicias; conclusión o modificación de la relación comercial; cesión, transferencia o herencia de la concesión o franquicia, y solución de conflictos y penalidades.