



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

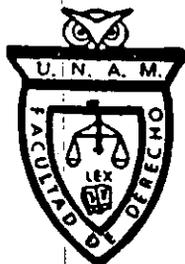
FACULTAD DE DERECHO
SEMINARIO DE DERECHO MERCANTIL

"EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
JOSE ANTONIO LOZADA CAPETILLO

ASESOR: LIC. MIGUEL ANGEL B. PIMENTEL Y GARCIA



CIUDAD UNIVERSITARIA

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

Por haberme permitido vivir en este mundo y en esta época, por haberme rodeado de personas maravillosa que me han apoyado y ayudado a terminar esta meta de mi vida.

A mis padres Sra. Martha Capetillo y Sr. José Lozada.

Porque soy el producto y resultado de su esfuerzo, porque todo lo que logré en esta vida simplemente se los debo a ustedes.

Doy gracias:

A mi padre.

Porque siempre estuvo a mi lado apoyándome. Por enseñarme y darme los elementos para concluir una carrera, y por ser siempre el ejemplo a seguir y a superar.

A mi madre

A ella todo honor y toda gloria. Por ser luchadora incansable, por orientarme hacia el buen camino, por ser mi motivo y mi luz para concluir mi carrera universitaria. Por haber cumplido cabalmente el papel más difícil de la mujer, el papel de madre.

A mi hermana Erika, por ser mi compañera de estudio, por caminar conmigo en este largo proceso educativo.

A mi hermano Alex. Por sus abrazos y cariños, por ser el pèqueñito de nuestra familia.

A mis abuelitos, Juan, David, Ricarda y Carolina.

A mi prima Amanda, por ser como mi hermana mayor y brindarme siempre su apoyo.

**Mi gratitud a mis tíos, tías, primos y primas.
A mis profesores y maestros. A mis amigas y
amigos. A todos aquellos que de alguna
forma han estado conmigo impulsándome. A
mi asesor Licenciado Miguel Ángel B.
Pimentel y García, porque sin su ayuda no
hubiera podido concluir este trabajo.**

INDICE

INTRODUCCIÓN.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES DEL AUTOFINANCIAMIENTO

| | |
|-------------------------|----|
| 1.- Alemania | 1 |
| 2.- Brasil | 3 |
| 3.- Argentina | 5 |
| 4.- México | 10 |

CAPÍTULO II.- EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

| | |
|--|----|
| 1.-Concepto | 23 |
| 2.-Elementos de existencia | 29 |
| 2.1.- Objeto del contrato de autofinanciamiento | 30 |
| 2.2.- Consentimiento en el contrato de autofinanciamiento | 36 |
| 3.-Elementos Personales | 40 |
| 3.1.- Empresa de autofinanciamiento | 40 |
| 3.2.- Consumidor | 46 |
| 4.- Clasificación jurídica | 49 |
| 4.1.- Bilateral | 49 |
| 4.2.- Oneroso | 52 |
| 4.3.- Conmutativo | 54 |
| 4.4.- Principal | 58 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 4.5.- Formal. | 58 |
| 4.6.- Consensual. | 60 |
| 4.7.- Tracto sucesivo. | 61 |
| 4.8.- Atípico. | 62 |
| 4.9.- Mercantil. | 64 |
| 4.10.- Adhesión. | 65 |

CAPÍTULO III. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

| | |
|--|-----|
| 1.- Integración de los grupos cerrados. | 69 |
| 1.1.- Pago. | 73 |
| 2.- Procedimientos de Adjudicación. | 77 |
| 2.1.- Entrega de los bienes. | 82 |
| 2.1.1.- Plazo. | 83 |
| 2.1.2.- Caso fortuito y fuerza mayor. | 86 |
| 2.1.3.- Garantías. | 87 |
| 3.- Formas de terminación. | 89 |
| 3.1.- Natural. | 89 |
| 3.2.- Cesión de derechos. | 90 |
| 3.3.- Renuncia o cancelación. | 91 |
| 3.4.- Rescisión. | 91 |
| 4.- Limitaciones a la libertad contractual. | 100 |

CAPÍTULO IV. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES CON OTRAS FIGURAS JURIDICAS AFINES.

| | |
|--|-----|
| 1.- Contrato de compraventa mercantil. | 107 |
| 2.- Contrato de arrendamiento financiero. | 115 |
| 3.- Contrato de comisión mercantil. | 123 |

CAPITULO V. INTERVENCIÓN DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

| | |
|---|-----|
| 1.- Estructura de la PROFECO. | 130 |
| 1.1.- Antecedentes. | 130 |
| 1.2.- Organización. | 138 |
| 1.3.- Patrimonio. | 141 |
| 2.- Atribuciones de la PROFECO. | 142 |
| 3.- Función conciliadora y arbitral en la solución de conflictos. | 148 |
| 4.- Principales empresas dedicadas al autofinanciamiento en México. | 155 |
| CONCLUSIONES. | 165 |
| APÉNDICE. | 169 |

- I. Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores
- II. Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-143-SCFI-2000. Practicas Comerciales.

III. Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000.

IV. Formato de contrato de adhesión (contrato de
autofinanciamiento)

BIBLIOGRAFÍA.....203

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en nuestro país existe un sistema de comercialización llamado autofinanciamiento, que le ha permitido a la población consumidora obtener y hacer uso de diferentes satisfactores.

Los diversos medios de comunicación y de publicidad han fomentado el crecimiento y propagación de estos sistemas de autofinanciamiento. Cuantas veces se ve en los medios televisivos, hemerográficos, de radio y últimamente a través de Internet, anuncios y propaganda de varias empresas que prestan estos servicios de autofinanciamiento. Sin embargo, a pesar de tratarse de una operación comercial que genera derechos y obligaciones ¿Quién conoce su estructura y funcionamiento? ¿Quién se ha abocado al estudio jurídico de esta figura? ¿Qué órganos del Estado se dedican a vigilar su funcionamiento?

La inquietud de dar contestación a estas preguntas, así como la poca información que existe de este contrato de autofinanciamiento, han motivado el desarrollo del presente trabajo, pues al tratarse de una figura que cada día está tomando más importancia y que es una de las más utilizadas por los consumidores, no puede pasar inadvertido para el Licenciado en Derecho.

El presente trabajo de investigación está dirigido a realizar un estudio de la figura contractual que formaliza la operación de autofinanciamiento (contrato de autofinanciamiento), así como del sistema que lo genera.

En el capítulo primero, se hace una breve exposición de los antecedentes de los sistemas de autofinanciamiento en países como Alemania, Brasil y Argentina, así como en nuestro país.

En el capítulo segundo se analiza al contrato de autofinanciamiento. Es en este capítulo donde se hace el estudio jurídico de la figura que da nombre

al presente trabajo, se detallan los requisitos que debe cumplir, su terminología, sus elementos de existencia, elementos personales y su clasificación jurídica.

Como el contrato de autofinanciamiento es resultado de operaciones de sistemas de autofinanciamiento, en el capítulo tercero, se especifican y explican las características que tienen estos sistemas, características que además forman parte del contrato de autofinanciamiento, como son: Las cuotas que se cubren, los grupos cerrados de consumidores, los procedimientos de adjudicación, las formas de terminación, etcétera. Al final del capítulo se aborda en punto importante; las limitaciones a la libertad contractual que tiene esta figura a estudio.

Después del estudio y explicación de las características que identifican al contrato de autofinanciamiento, como al sistema que le da origen, en el capítulo cuarto se hace una comparación de esta figura con otras con las que guarda cierta semejanza, como la compraventa mercantil, la comisión mercantil y el arrendamiento financiero, a fin de determinar la autonomía que guarda el contrato de autofinanciamiento con estas tres figuras.

En el capítulo quinto se dedica al estudio de la Procuraduría Federal del Consumidor, principalmente en lo referente a su estructura, a sus funciones y atribuciones. La finalidad de incluir este tema y destinarle el último capítulo, es por la relación tan cercana que tiene con el contrato de autofinanciamiento, como se observará durante el desarrollo del presente trabajo. Así también se habla de las principales empresas de autofinanciamiento en nuestro país y las características de los servicios que presta cada una.

CAPÍTULO PRIMERO

ANTECEDENTES DEL AUTOFINANCIAMIENTO

El autofinanciamiento es un sistema de ahorro que tiene diversas denominaciones, y se le ha llegado a llamar Consorcio, plan de ahorro previo para fines determinados, pandero, etc.¹ Encuentra sus bases operativas en diversos países (Alemania, Brasil, y Argentina), mucho antes que apareciera en México, es por esto, que de una manera breve y somera se exponen las características de estos sistemas de comercialización en dichos países.

1.- ALEMANIA

La razón por la cual se cita a este país, es porque desde la época de Hitler, aparece un sistema de ventas a futuro que viene siendo un esbozo del autofinanciamiento que ahora conocemos.

Previo a la Segunda Guerra Mundial, aparece la figura de Ferdinand Porsche, quien tuvo la idea de crear un automóvil que estuviera al alcance de

¹ Confrontar Página <http://www.autofin.antecedentes.com.mx.html>.

las posibilidades económicas del pueblo, ya que en aquellos tiempos “se consideraba que los automóviles eran sólo para los ricos y para los muy ricos.”²

Así es como surge el volkswagen (coche del pueblo), diseño elaborado por Ferdinand Porsche e impulsado por Adolfo Hitler, quien se vió entusiasmado con la idea de proporcionar a todo el pueblo Nazi, un automóvil, por lo que facilitó a Porsche los medios para construirlo, y Porsche perfeccionó la cucaracha.³

La propaganda nazi afirmaba que bajo el régimen de Hitler todos los alemanes tendrían su volkswagen en un plazo de diez años.⁴

Trescientos mil alemanes se dejaron convencer por su propaganda y empezaron a ahorrar para comprar el coche. La forma de adquirirlo era a través de rifas, que se efectuaban cada determinado tiempo, y el que se sacaba la rifa, pagaba el resto del valor del coche en pagos parciales.

Una vez iniciada la Segunda Guerra Mundial, la fábrica de automóviles se vió obligada a dejar de producirlos para dedicarse a la construcción de armamento, quedando en este momento olvidado este tipo de plan.⁵

² Walter Henry, Nelson; traducido al español por R. Hernández Sol; Pequeña maravilla “La asombrosa historia del volkswagen”; Ed. Grijalbo, 1ª edición 1974, página 15

³ Walter Henry Nelson, idem, página 15

⁴ Idem.

2.- BRASIL

“En la década de los 60’s el sistema de autofinanciamiento surge por primera vez en el continente americano, implementándose en países como Brasil y Argentina, en donde se arraigó primeramente en la industria automotriz y después en otras áreas, sin embargo su origen se dio en Brasil. Este país fue uno de los primeros países en Latino América que entró en etapas inflacionarias tremendas, dejando al pueblo sin ninguna capacidad adquisitiva y fue en esos momentos cuando se empezaron a formar fondos mutuos que nacen de los sindicatos, los cuales se agrupan para comenzar a hacer compras, pagando con el esfuerzo de todos los integrantes del grupo lo que se necesitaba.”⁶

Para el 20 de diciembre de 1971 se dicta la primera Ley reguladora del autofinanciamiento, conocida como la “Ley 5768”, la cual ha sufrido una serie de adiciones y reformas.⁷

⁵ Confrontar Walter Henry, Nelson; traducido al español por R. Hernández Sol. Pequeña maravilla. “La asombrosa historia del volkswagen”; Ed. Grijalbo; 1ª edición; 1974.

⁶ Cfr. <http://www.autofinanciamientototal.antecedentes.com.mx>.

⁷ Véase Vaccaro, Alejandro, “Grupos cerrados en el sistema de ahorro previo”; Ed. Macchi; 2ª edición; Argentina 1987. (apartado de legislaciones).

Este sistema que se implementó en su origen como un sistema de fondo mutuo, tuvo tanta aceptación que los comerciantes se dieron cuenta de que era buena manera de vender, por lo que en el año de 1982, el autofinanciamiento creció de tal manera que fue imposible su manejo, pues había dejado de ser un sistema a nivel local, para convertirse en una sistema a nivel nacional. Sin embargo para el año de 1991, Brasil contaba ya con más de 900 empresas especializadas en el autofinanciamiento.

Las características primordiales del consorcio brasileño son:

- 1).- La recaudación del ahorro que es la aportación periódica que el consumidor debe pagar para tener derecho al beneficio contratado.
- 2).- Los fondos para la financiación provienen de los propios adquirentes (es decir que los vendedores lograban evitar el riesgo y la necesidad de inmovilizar capitales para la financiación de la venta de su propia producción.
- 3).- Administración de los recursos. La empresa organizadora se encargará de proveer todos los elementos materiales y humanos para obtener el fin deseado.

4).- Adquisición de bienes de acuerdo a las características del grupo formado, la empresa se encargará de la obtención del bien el cual será adjudicado al contratante bajo los procedimientos establecidos en el contrato.

5).- La obligación se ajusta con el valor del bien.

6).- El plazo podía alargarse prudentemente en la medida de la vida útil del bien, reduciéndose simultáneamente las cuotas iniciales, sin que exista la necesidad de cobrar intereses.⁸

3.- ARGENTINA

A diferencia de Brasil, en Argentina surge con un sentido mercantil, pues en este país existía una conciencia del ahorro, en el sentido de guardar y ahorrar para gozar el día de mañana, por lo que la forma con que se conoció al autofinanciamiento en éste país fue como “ El de sistema de ahorro previo”, que consistía en la captación de ahorro público con promesa de prestaciones futuras.

⁸ Confrontar Aguilar Fernando; “Sistemas de ahorro previo por grupos cerrados, bienes dinero, inmuebles”; Ed. Astrea; Buenos Aires 1988; 2ª edición; página 19.

Tal fue la importancia de esos planes, que se dictó un conjunto de normas, y como una de las primeras se tiene a la Ley 11672, Decreto reglamentario 142-227-43 del ocho de febrero de 1943, que hasta hace poco tiempo reguló como una matriz generadora todo el sistema de ahorro previo.⁹

Es necesario señalar que aunque en Argentina existe legislación relativa a este sistema de autofinanciamiento que data desde 1943, en comparación con Brasil que encuentra su primer antecedente en la Ley 5768 de 1971, y que se ha mencionado es el país donde verdaderamente tuvo su origen el autofinanciamiento, a pesar de que pudiera parecer lo contrario, en relación con aquel, el autofinanciamiento se pone en marcha en Brasil por las situaciones inflacionarias que afectaron la economía del país, que provocaron la difícil adquisición de bienes muebles e inmuebles, empezando por lo tanto a manejar la figura de autofinanciamiento, tal cual como la conocemos en la actualidad.

Fernando Aguilar, en su obra "Sistemas de ahorro previo por grupos cerrados, bienes, dinero, inmuebles"¹⁰ señala que los antecedentes de los sistemas de ahorro previo en Argentina datan de principios de la década de los

⁹ Vaccaro Alejandro; op. cit. (apartado de legislaciones)

¹⁰ Aguilar Fernando; op. cit.; páginas 16 y 17.

sesentas, en donde los fabricantes de automóviles, comprobaron con cierta consternación que el mercado nacional era cada vez más restringido, y que las ventas al contado no eran suficientes para garantizar la continuidad de su actividad. La financiación de las ventas se presentaba como el único medio posible para acceder a potenciales adquirentes que no disponían de recursos para comprar al contado, sin embargo debido a la alarmante aceleración del ritmo inflacionario difícilmente era igualada por la tasa de interés cobrable, el prestamista veía evaporarse su beneficio, y peor aún, corría el riesgo de no recuperar el valor del dinero que había adelantado.

Estos problemas quedaron superados cuando se adoptó un sistema de créditos diferidos (consorcios), entonces puestos en práctica en Brasil. Tal mecanismo, si bien no previsto expresamente, cabía (no sin cierto esfuerzo de interpretación) en el viejo decreto 142.277/43, poco recordado entonces, cuyo texto, en adelante, no ha cesado de ser consultado, corregido, actualizado y reglamentado. Fue entonces cuando la resolución número 2337 de la Secretaria de Justicia, del 5 de noviembre de 1968, publicada el 7 de abril de 1969, dio impulso al sistema dirigido a la adquisición financiada de bienes

durables que se llamó ahorro previo, por grupos cerrados o círculos cerrados, sin reposición.¹¹

La operación de capitalización permite al ahorrista o suscriptor, mediante el pago a una sociedad administradora de una cuota única, o cuotas fraccionadas, contar con título, nominativo o al portador, que otorga a su titular o tenedor los siguientes derechos:

a).- La participación en sorteos mensuales, mediante los cuales el capital nominal inscrito en el título puede ser reembolsado por anticipado.

b).- Al vencimiento del plazo establecido en el título, el reembolso del total del capital nominal, si no fue sorteado, con una suma adicional, en concepto de interés, participación en los beneficios u otros estímulos.¹²

En los sistemas de ahorro previo por grupos cerrados, el capital aportado por los suscriptores se actualiza mensualmente (y por tanto las obligaciones de la administradora), en forma tal, que no pierde valor adquisitivo, en especial cuando dicha actualización queda ligada a la variación del precio del bien o del servicio que el suscriptor desea adquirir. De la misma manera, y en base a los mismos índices, se actualizan las obligaciones del suscriptor (y los

¹¹ Ibidem, página 19.

¹² Ibidem, página 26

créditos de la administradora), de modo que el equilibrio entre créditos y deudas de la sociedad frente al conjunto de suscriptores nunca se quiebre.¹³

Existen en la actualidad tres modalidades de ahorro previo por grupos cerrados:

a).- Sistemas en que se determina desde el inicio tanto el producto a adquirir mediante el crédito que otorga la sociedad administradora, como su marca, y el vendedor del mismo, en los que el suscriptor únicamente puede optar en el momento de la adjudicación, por la elección de un modelo distinto de la misma marca que el producto antes mencionado y en los que la actualización de todas las obligaciones de las partes se calcula en relación al precio del bien elegido.

b).- Sistema que determinan genéricamente los bienes o servicios adquiribles mediante un listado previamente autorizado por el organismo de contralor, y que otorga al suscriptor el derecho a la elección del bien o los bienes, la marca y el vendedor, en los que la actualización de las obligaciones de las partes se realiza con base a índices oficiales.

¹³ Ibidem; página 30 y 31.

c).- Sistemas de dinero que se organizan exclusivamente para el financiamiento de la adquisición, refacción o ampliación de inmuebles.¹⁴

4.- MÉXICO.

Como ya quedó asentado, este Sistema de Comercialización llamado Autofinanciamiento, tuvo sus orígenes en otros países como Alemania, Brasil y Argentina antes de implementarse en nuestro país. En un principio a este sistema de Comercialización se le denominó “Consortio”, por haberse copiado íntegramente de Brasil, pero más tarde ya con características propias, se denominó como lo conocemos actualmente.

Su origen data del año de 1968, cuando aparecen las primeras empresas de autofinanciamiento. La primera de ellas fue la Volkswagen, y la segunda “Consortio Albarrán” de la Ciudad de Guadalajara.¹⁵

Poco tiempo después nacieron otras empresas como “Autosubasta” y “Automático” en el Distrito Federal. La primera solo vendía autos de marca Datsun y la segunda volkswagen sedan.

¹⁴ Ibidem; páginas 32 y 33.

¹⁵ Confrontar en la página <http://www.firmeplus.com.mx/resulta.html>.

Más adelante surgió “Círculo Cresta” un Autofinanciamiento de agencias de Volkswagen en el Distrito Federal. Hasta aquí la popularidad del Autofinanciamiento se incrementaba en la marca Volkswagen por lo que entonces nació “AFASA” un sistema oficial de la marca Volkswagen lo que puso fin a los intentos de otras agencias ya que AFASA prohibió a las agencias Volkswagen el mercadeo de cualquier otro Autofinanciamiento.

Esto dio origen a que empresarios como el Lic. Luis Vejar C., en 1978 invirtiera en una autofinanciadora que diera ventajas sobre las ya existentes, y en ese momento nació Autofinanciamiento de Automóviles S. A. de C. V.

Para fines de ese año, ya existían 62 nuevas empresas, que practicaban el sistema llamado Precio Fijo, sistema que se enfrentó a las difíciles condiciones económicas del país y desafortunadamente por la falta de legislación y regulación se provocaron fraudes a los consumidores por parte de algunas de ellas.¹⁶

Las características de las empresas que operaban estos sistemas en el periodo comprendido de los años 1969 a 1976, son los siguientes:

- Grupos cerrados (sólo se sustituían vacantes por renuncia o rescisión).

¹⁶ Confrontar en página <http://www.firmeplus.com.mx/resulta.html>.

- Cuota fija durante todo el plan (40 meses).
- No existían penalizaciones.
- Depósito de fianza ante la Secretaría de Comercio equivalente al valor de 3 unidades por cada grupo.
- Procedimientos de adjudicación: sorteo, subasta y subasta adicional.¹⁷

En el periodo comprendido de 1977 a 1981, las empresas se vieron en la necesidad de adecuarse a los cambios sufridos en la estructura económica del país y no pudieron mantener los mismos atractivos. Por lo tanto modificaron las practicas de este sistema comercial de esperar con “Grupos cerrados” (aquellos que tienen una fecha limite para su liquidación), por “Grupos abiertos” (aquellos que tienen una fecha indeterminada para su liquidación como consecuencia de que las sustituciones de integrantes de grupo, se efectuaban para cubrir tanto las adjudicaciones, como la cesión de derechos, renuncia o rescisión del contrato). Lo anterior provocó que los grupos tendieran siempre a mantener el número original de suscriptores no adjudicados.¹⁸

Las características principales de estos sistemas fueron:

¹⁷ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Sistema de Autofinanciamiento. México.1985, página12.

¹⁸ Ibidem; página 14.

- Grupos abiertos (con la sustitución de vacantes que se generaban por cualquier motivo; siempre se mantenían como suscriptores no adjudicados el número total de integrantes originales).
- Cobro de un ajuste. (cálculo retroactivo de las cuotas pagadas al valor de la aportación en el momento de la adjudicación).
- Procedimiento de adjudicación: Sorteo, subasta y puntaje.
- Cuota fija a partir de la adjudicación y ajustable mientras no se convertía en agraciado el integrante.
- Las penalizaciones y forma de devolución de lo aportado era determinada por cada empresa.¹⁹

El 22 de diciembre de 1975, se publica en el Diario Oficial de la Federación la Ley Federal de Protección al Consumidor, dicha Ley en principio no contempló los sistemas de comercialización llamados Autofinanciamiento. No fue sino hasta el 7 de enero de 1982, cuando en el Diario Oficial de la Federación se publica el Decreto por el que se adiciona a la Ley Federal de Protección del Consumidor el artículo 29 Bis, en el que se establecieron las bases para regular los sistemas de Comercialización mejor conocidos como Autofinanciamiento.

¹⁹ Ibidem; página 15.

El 18 de diciembre de 1981, el titular del Ejecutivo Federal, Licenciado José López Portillo, envió a la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, la iniciativa de Decreto en donde se adicionaba a la citada Ley Federal de Protección al Consumidor el artículo 29 Bis, mismo que fue publicado en el DOF, el día 7 de enero de 1982, quedando en los términos como se había enviado por primera vez para su discusión en el Congreso de la Unión, salvo una modificación en cuanto a la redacción de la Fracción XIII, segundo párrafo.

Dicho Decreto fue acompañado de su exposición de motivos, la cual se transcribe, a fin de saber cuales fueron las razones por las que el Ejecutivo Federal contempló incorporar esta figura a la legislación mexicana.²⁰

“EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En nuestro país se han desarrollado y cobrado importancia los Sistemas de Comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, que aportan periódicamente y regularmente determinadas sumas de dinero para constituir un fondo común, que es administrado por un tercero, por el cual se adquieren bienes o servicios que se adjudican a los

²⁰ Diario de los Debates de la Cámara de Diputados de los Estados Unidos Mexicanos. II Legislatura, México. Diccionario del Diario de Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, Año III, Tomo III, Número 42, fecha 18 de diciembre de 1981, páginas 56-58.

consumidores integrantes del grupo mediante diversos procedimientos, como sorteos, subastas y antigüedad.

Dicho sistema encuentra su razón de ser en la falta de recursos económicos suficientes de los consumidores para la adquisición de los bienes o servicios cuyos costos son de alguna consideración. Contribuyen también a la proliferación del sistema las crecientes tasas de intereses, pues ofrecen una buena alternativa a los consumidores para adquirir los bienes o servicios sin pago de ellos, si bien con algunos cargos a favor de la empresa que administra el sistema.

El sistema aludido no se encuentra regulado jurídicamente, lo que ha ocasionado su desarrollo en forma anárquica, pues se ha utilizado en relación con bienes en los cuales no se justifica y en perjuicio de algunos consumidores.

Por otra parte, la autoridad administrativa ante la cual acuden los consumidores manifestando sus quejas, carece de facultades para obligar a las empresas al cumplimiento del pacto celebrado con ellos. Por tal motivo el Ejecutivo Federal, atento siempre de la protección a los consumidores, presenta esta iniciativa de adición a la Ley Federal Protección al Consumidor, de la cual se destaca lo siguiente:

El sistema de Comercialización de que se trata se sujeta a previa autorización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la que se otorgará sólo cuando los bienes objeto del mismo sean bienes muebles o servicios turísticos determinados; los grupos se integran por un número fijo de consumidores, en las proporciones que señale el Reglamento con relación al número de aportaciones mensuales, las cuales no podrán ser menos de 12 ni más de 60, debiéndose entre ellas el precio del bien o servicio, mismo que debe ser ajustado en proporción a las variaciones que sufre.

El administrador de los fondos debe ser una persona moral, de acuerdo a la Ley General de Sociedades Mercantiles y acreditar la suficiente capacidad económica, financiera y administrativa, así como la viabilidad operativa del sistema. La empresa sólo podrá cobrar a los consumidores, además de la aportación por el precio del bien o servicio a adquirir, una cuota de inscripción y un porcentaje del valor del bien o servicio por gastos de administración, el cual se cubriría en cada una de ellas aportaciones mensuales. El monto de dichos cargos no deberá exceder de los que fije el Reglamento respectivo. También debe constituirse un fondo de reserva, en protección de los intereses de los consumidores integrantes de los grupos, para asegurar la adquisición regular los bienes o servicios y, por ende, se

regulará la adjudicación mensual a los consumidores. Este fondo no es patrimonio de la empresa y el saldo deberá devolverse proporcionalmente a quienes lo aportaron, al liquidarse cada grupo.

Se fijan en la iniciativa los procedimientos de adjudicación de los bienes o servicios; se obliga a la empresa administradora a contratar el seguro correspondiente a favor de los beneficiarios que designen los consumidores integrantes de los grupos para que, en caso de su fallecimiento se liquide el saldo adeudado y se entregue el bien o se preste el servicio; se establece que los contratos individuales a celebrar con los consumidores sean previamente autorizados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en los cuales debe preverse el derecho de éstos al retirarse del grupo y a recuperar las aportaciones efectuadas, y se impone la obligación a la empresa para que garantice a través de los medios que determine la Secretaría, el oportuno suministro de los bienes y servicios turísticos.”

Como se puede observar de la lectura de la exposición de motivos del Decreto que añadió el artículo 29 Bis a la Ley Federal del Consumidor, no existía regulación jurídica referente a éstos sistemas de comercialización, y de alguna manera se pretendía dar solución y protección a los consumidores que

hacían uso de este servicio, ya que el sistema de autofinanciamiento surgió en nuestro país, mucho antes de que se adicionara este artículo.

Este decreto, por el que se adiciona el artículo 29 bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor fue publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 7 de enero de 1982, pero el Reglamento al cual hace mención tanto su artículo 4 transitorio, como el artículo 29 bis antes referido, se publicó hasta el 7 de junio de 1982. Podría decirse entonces, que el artículo 29 bis de la anterior Ley Federal de Protección al Consumidor, así como su reglamento, son sin duda los antecedentes legales que se tienen en nuestro país, de los llamados Sistemas de Comercialización, comúnmente conocidos como Autofinanciamiento.

Sin duda la inserción de este artículo 29 bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como la creación de su reglamento, motivó la desaparición de muchas empresas dedicadas a la prestación de este servicio de autofinanciamiento, ya que pocas fueron las que se ajustaron y continuaron operando con los requisitos que señalaba y requería este nuevo ordenamiento legal, pues con anterioridad las empresas que se dedicaban a este sistema de comercialización, no se sujetaban a ninguna disposición legal en especial, lo cual originó que estas empresas impusieran sus propias reglas de manera

anárquica, y sin ninguna garantía ni protección a los consumidores de este servicio.

El 24 de diciembre de 1992 se crea y publica en el Diario Oficial de la Federación la actual Ley Federal de Protección al Consumidor, quedando por tanto abrogada la ley de 1975, junto con el artículo 29 Bis, pero la regulación que éste hacía respecto de los sistemas de comercialización de Autofinanciamiento, se insertó en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente.

El texto de este artículo es muy similar al primer párrafo del artículo 29 Bis de la anterior ley, con la diferencia principal de que el artículo 63 señala como requisito previo, la notificación que debe hacer el administrador del Sistema de Comercialización a la SECOFI, cuando antes sólo requería de la autorización que esta Secretaría le diera. Además exige que el interesado acredite que cumple con los requisitos que exige el Reglamento.

Su Reglamento fue publicado en el Diario Oficial de la Federación hasta el 17 de mayo de 1994, casi un año y medio después de la entrada en vigor de dicho artículo 63, bajo el nombre de "Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores", que en su artículo 8 hace mención a que los contratos que con motivo de este sistema

se celebren, se sujetarán a la Norma Oficial que para tal efecto expedirá la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

El 8 de julio de 1994, la SECOFI expidió la Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994 “Requisitos para los contratos de adhesión en los Sistemas de Comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores”, que establecía los requisitos que deberían de contener los contratos de adhesión que realizarán las empresas dedicadas al autofinanciamiento.

Para el año de 1999, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, expide y publica en el Diario Oficial de la Federación el 18 de noviembre, la Norma Oficial Mexicana NOM-EM-006-SCFI-1999, “Prácticas comerciales- Sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores- Requisitos para los contratos de adhesión”, que tuvo por objeto proporcionar mayor protección a los consumidores de este servicio, así como brindar la información de las características y particularidades de la operación, y del régimen jurídico aplicable a los derechos y obligaciones asumidos tanto por ellos como por los proveedores. Con la entrada en vigor de esta Norma Oficial Mexicana, se canceló la anterior Norma Oficial Mexicana, del 8 de julio de 1994.

Con el afán de tener un mejor funcionamiento de los sistemas de autofinanciamiento, el Estado por conducto de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial publica en el Diario Oficial de la Federación el 19 de septiembre del año dos mil, una nueva Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, “Prácticas Comerciales- Elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (Sistemas de Autofinanciamiento)”, en cuya elaboración intervinieron diversa empresas e Instituciones dedicadas a brindar estos servicios de autofinanciamiento, quienes realizaron diversas preguntas y propuestas, las cuales sirvieron de base para añadir nuevos puntos a esta Norma Oficial Mexicana.

Con la entrada en vigor de esta Norma Oficial Mexicana, se canceló la anterior de 1999, y las disposiciones que contiene se aplican a los contratos de Adhesión que se registren a partir de esa fecha ante la Procuraduría Federal del Consumidor, o bien a los contratos que estando ya registrados tengan alguna modificación a su contenido.

Como se puede observar, los antecedentes de este sistema de autofinanciamiento, tanto en el mundo como en nuestro país son recientes, y en las últimas dos décadas ha existido gran proliferación de empresas que

prestan este tipo de servicio, así como de la reglamentación legal que los rige, sin embargo ¿Cuál es su funcionamiento?, ¿Cuáles son sus características?, dichas preguntas serán resueltas durante el desarrollo del presente trabajo.

CAPITULO SEGUNDO

EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

1.- CONCEPTO.

El artículo 1792 de dicho Código Civil para el Distrito Federal define al convenio como: “El acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones”.

Asimismo, el artículo 1793 de dicho ordenamiento legal señala: “Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos”.

Por lo tanto, puede decirse que el convenio es el género y el contrato es una especie del acuerdo de voluntades entre dos o más personas, respecto a los derechos y obligaciones, su génesis, aplicación o conclusión.

Asimismo, para efectos del presente trabajo la palabra autofinanciamiento, es una palabra híbrida que se compone de dos términos, “Auto” y “Financiar”.

La palabra “Auto” proviene del griego *autos* que significa mismo, propio. Esta voz se usa como prefijo con el significado de “propio” o “por si mismo”.²¹

El término financiar proviene del francés *financer*” que significa crear o fomentar una empresa aportando el dinero necesario.²²

Por lo tanto, se puede deducir que la palabra “autofinanciamiento” tendría como significado el de: “El pago de los gastos ocasionados de una actividad, por propios recursos”.

Sin embargo, la palabra autofinanciamiento no se encuentra contemplada en la legislación mexicana; pero es el término con el que se conoce a los sistemas de comercialización contemplados por el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero, y son destinadas a la adquisición de determinados bienes y/o servicios.

Es importante hacer mención que estos sistemas de comercialización llamados Sistemas de Autofinanciamiento, se formalizan mediante contratos

²¹ Diccionario de la Lengua Española; Tomo I, Real Academia Española, 19 edición, página 144.

²² Gran Enciclopedia del Mundo, Durvan, S.A., Tomo XX, página 153 y 612.

de adhesión, esto es, mediante contratos cuyas cláusulas son elaboradas unilateralmente por las empresas administradoras de autofinanciamiento.

La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000²³, señala que por contrato de adhesión se entiende: “Al documento elaborado unilateralmente por el proveedor para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la comercialización de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, a través de sistemas de autofinanciamiento.”

Los contratos de adhesión elaborados con motivo de los sistemas de autofinanciamiento deberán cumplir con lo dispuesto por esta Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000, especialmente con lo señalado en el punto número seis, denominado de los contratos de adhesión.

De acuerdo a lo señalado, los contratos de adhesión están sujetos a los siguientes lineamientos:

- 1).- Estar registrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor.
- 2).- Estar escritos en idioma español, con características legibles a simple vista (Arial 10 puntos o equivalente), sin perjuicio de que además se

²³ NOM-143-SCFI-2000. Prácticas comerciales-elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (Sistemas de autofinanciamiento), publicado en el DOF el 19 de septiembre del 2000. Primera sección página 8.

expresen en otros idiomas, en cuyo caso el proveedor debe demostrar que se trata de una traducción fiel que realizó un perito oficial y se incluya una cláusula que indique: “En caso de que hubiere discrepancias, siempre prevalecerán los términos del texto en idioma español”.

3).- Estipular pagos en moneda nacional, o bien en otra moneda, pero sólo cuando el bien o servicio se haya ofrecido en moneda extranjera, y siempre que se especifique el derecho del consumidor de realizar sus pagos en moneda nacional, conforme a lo dispuesto por la Ley Monetaria de nuestro país.

4).- Contener las cláusulas necesarias que describen los términos y condiciones de la operación de manera clara, concisa y objetiva.

El contrato de adhesión debe contener, al menos, la siguiente información:

a).- Nombre, denominación, razón social y domicilio del proveedor y del consumidor.

b).- Objeto del contrato, especificando: la denominación del plan de autofinanciamiento, el número de consumidores que integran el grupo, el plazo o vigencia, el número de grupo y de integrante, el precio del bien o servicio y el factor de actualización que se aplique.

c).- Los pagos que debe realizar el consumidor, especificando: La cuota de inscripción, la cuota periódica total, la periodicidad, plazos máximos e instituciones bancarias para realizar el pago de la cuota periódica total.

d).- Los procedimientos y modos de adjudicación.

e).- En su caso, el procedimiento para que el adjudicado elija al suministrador del bien o servicio contratado, o el procedimiento para sustituir el bien o servicio, cuando éste no este disponible.

f).- Los requisitos y garantías que debe cubrir el adjudicado para recibir el bien o servicio contratado.

g).- El procedimiento para que el consumidor pueda realizar pagos anticipados.

h).- Los plazos y procedimientos para la liquidación del grupo, y la forma de distribución del remanente entre los integrantes del grupo, si lo hubiere.

i).- El procedimiento para que el integrante del grupo realice la cesión de derechos del contrato de adhesión, así como del costo que ello implique, en su caso.

j).- En dicho contrato de adhesión deben de incluirse varias cláusulas de manera textual, mismas que se encuentran contempladas en la propia Norma Oficial Mexicana, del punto 6.3.1 al 6.5.

Como se puede observar la reglamentación del contrato de adhesión, se encuentra detallado en la Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000, y durante el desarrollo del presente trabajo será explicado ampliamente.

En este orden de ideas, puede decirse que el Contrato de Autofinanciamiento, “es aquel contrato de adhesión por virtud del cual; un grupo de personas - llamadas Consumidores -, aportan periódicamente sumas de dinero a un fondo común que es administrado por otra persona - llamada Empresa - y resguardado por un Fideicomiso, destinado a la adquisición de bienes muebles nuevos, bienes inmuebles o a la prestación de determinados servicios que los primeros hayan elegido, mediante la aplicación de los procedimientos de adjudicación señalados en dicho contrato”.

De esta definición del Contrato de Autofinanciamiento se destacan, entre otras, las siguientes características:

- a).- Se trata de un contrato de adhesión.
- b).- Se realiza la integración de un grupo de consumidores.

c).- La aportación periódica de sumas de dinero, realizada por estos consumidores conforman un fondo común.

d).- La administración de este fondo común, corre a cargo de una empresa.

e).- El resguardo y custodia de este fondo común lo realiza una Institución fiduciaria a través de un fideicomiso.

f).- La integración del fondo común está destinado a la adquisición de los bienes y servicios que el propio consumidor seleccione.

g).- La adjudicación de los bienes y servicios, se realiza mediante los diversos procedimientos que se pactan en el contrato.

2.- ELEMENTOS DE EXISTENCIA DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

Para el análisis del contrato de autofinanciamiento, es necesario basarse en las disposiciones generales que en materia de contratos señala el Derecho Común, en virtud de que la legislación mercantil, señala al Derecho Civil como supletorio en materia mercantil (artículos 2 y 81 del Código de Comercio).

Los elementos de existencia son dos elementos que conjuntamente debe tener un acto jurídico para ser contrato, de manera que la ausencia de cualquiera de esos dos elementos impide que haya contrato.²⁴

Los dos elementos a que hace referencia el profesor Ramón Sánchez Medal y en los que la mayoría de la doctrina coincide son:

- a).- El Objeto; y
- b).- El consentimiento.

Como quedó asentado, si al celebrarse un determinado contrato, se omite alguno de estos elementos, dicho acto no existió en el mundo jurídico, y por ende no producirá efecto legal alguno, ni será susceptible de valer por confirmación, ni por prescripción, y su inexistencia puede invocarse por todo interesado (artículo 2224 del Código Civil para el Distrito Federal).

2.1.- OBJETO DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

El objeto en el contrato no es la cosa o el hecho. Estos son los objetos indirectos de la obligación, pero como el contrato lo crea y ésta tiene como objeto la cosa o el hecho, la terminología jurídica, por razones prácticas y de

²⁴ Sánchez Medal Ramón; De los contratos civiles; Ed. Porrúa; 7ª edición, página 25.

economía en el lenguaje ha confundido, principalmente en los códigos, el objeto de la obligación con el objeto del contrato.²⁵

Bernardo Pérez Fernández del Castillo²⁶, señala que el objeto del contrato puede analizarse de acuerdo a dos categorías: Objeto jurídico y Objeto material.

El objeto jurídico se divide a su vez en directo e indirecto. El objeto jurídico directo es la creación y transformación de derechos y obligaciones, mientras que el objeto jurídico indirecto, es el objeto directo de la obligación, esto es, el dar, hacer o no hacer.

El objeto material del contrato, se refiere a la cosa que se tiene que dar, al hecho que se tiene que realizar y a la conducta de la que debe abstenerse.

Por su parte el Profesor Ramón Sánchez Medal²⁷, señala que el objeto del contrato puede ser directo (inmediato) o indirecto (mediato). El objeto directo o inmediato es la creación o transmisión de obligaciones y derechos (sean éstos reales o personales), como lo dispone el artículo 1793 del Código Civil, mientras que el objeto indirecto o mediato del contrato puede ser o la prestación de una cosa (artículo 2011 del Código Civil) o la cosa misma

²⁵ Rojina Villegas Rafael, *Derecho Civil Mexicano*, Ed. Porrúa; 9ª edición; 1999, página 287.

²⁶ Pérez Fernández del Castillo Bernardo, *Contratos Civiles*, Ed. Porrúa, 6ª edición; 1999, páginas 24 y 25.

²⁷ Sánchez Medal Ramón, *op. cit.* página 34.

(artículo 1824 fracción I del Código Civil); o bien, la prestación de un hecho (artículo 2027 y 2028 del Código Civil) o el hecho mismo (artículo 1824 fracción II del Código Civil).

Tanto el hecho, como la cosa objeto del contrato deben ser física y legalmente posible (Artículo 1825 y 1827 del Código Civil para el Distrito Federal).

Se dice que hay una imposibilidad física para ejecutar una obligación de hacer, cuando la ley de la naturaleza impide la realización del hecho, constituyendo un obstáculo insuperable, de tal manera que en forma absoluta y para toda persona no podrá realizarse la prestación convenida.²⁸

Asimismo, se dice que hay imposibilidad jurídica, cuando el hecho no pueda realizarse porque una norma de derecho constituye a su vez un obstáculo insuperable para su ejecución.²⁹

Ahora bien, el artículo 1827 del Código Civil para el Distrito Federal en su fracción II señala que el objeto de las obligaciones de hacer debe ser lícito, es decir, que no contravenga ninguna disposición de orden público, o vaya en contra de las buenas costumbres. En este caso es necesario mencionar, que en

²⁸ Rojina Villegas, Rafael; op. cit. página 293.

²⁹ Ibidem; página 294.

caso de que el hecho objeto de la obligación sea ilícito, de conformidad con el artículo 2225 del dicho Ordenamiento Legal, el acto se verá afectado de nulidad, cosa distinta si el hecho resulta ser imposible (ya sea física o jurídicamente), pues la consecuencia jurídica sería la inexistencia del acto (artículo 2224 del Código Civil).

La cosa es físicamente posible cuando existe en la naturaleza, por lo que hay imposibilidad física cuando no existe ni puede existir en ella.

La cosa es jurídicamente posible cuando está en el comercio y cuando es determinada o susceptible de determinación, en cuanto a su especie.

Cualquier contrato cuyo objeto contravenga los requisitos señalados por el citado artículo 1825 del Código Civil, acarreará su inexistencia y no producirá efecto legal alguno (artículo 2224 del Código Civil).

En nuestro caso, es importante aclarar que el solicitante, como integrante del grupo de consumidores, a pesar de que a la firma del contrato de adhesión pacta las características del bien o servicio objeto del autofinanciamiento, lo que en realidad contrata es la prestación de un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento, y la adjudicación o adquisición del bien o servicio, no es otra cosa que la consecuencia y finalidad del autofinanciamiento. Por lo tanto el objeto de la obligación en el contrato de

autofinanciamiento, es una prestación de hacer, ya que la empresa de autofinanciamiento, presta un servicio de administración de los recursos que integran el fondo común, formado con las aportaciones de cada uno de los integrantes del grupo, a fin de que éstos obtengan el bien o servicio objeto del autofinanciamiento, una vez cumplidos ciertos lineamientos contenidos en el contrato de adhesión.

Sólo pueden ser objeto del autofinanciamiento bienes muebles nuevos, bienes inmuebles y/o servicios.

La norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, define a los bienes inmuebles como: “Al suelo y al subsuelo, así como todos aquellos elementos adheridos a éstos”. A los bienes muebles los define como: “A los cuerpos que pueden trasladarse de un lugar a otro, ya que se muevan por si mismos, ya por efecto de una fuerza exterior, incluyendo, entre otros a los vehículos automotores, maquinaria agrícola e industrial, equipos propios para actividades profesionales y técnicas y/o enseres para el hogar, siempre que sean nuevos”. Por servicios se entiende: “A las prestaciones a cargo del proveedor o suministrador, consistentes en la realización de un hecho a favor o en beneficio del consumidor, independientemente de que la prestación del hecho conlleve, además o accesoriamente la transmisión de bienes muebles

y/o el uso de bienes muebles o inmuebles, por ejemplo, los servicios turísticos. Están excluidos los servicios profesionales, laborales y financieros, así como los arrendamientos y demás servicios no contemplados por la ley”.

En la actualidad existen diversas empresas administradoras de autofinanciamiento que ofrecen diferentes tipos de bienes y servicios, pero las más comunes son las referidas a los vehículos automotores, camiones, equipo de oficina, maquinaria agrícola e industrial de cualquier tipo, cámaras, computadoras, equipo médico, equipo para restaurantes, casas habitacionales, bodegas, departamentos, terrenos urbanos, servicios para construcción, remodelación, ampliación de un inmueble; viajes, servicios para bodas, membresías para algún club, etc.

Es importante hacer mención que la legislación que regula a este sistema de comercialización no permite la entrega de dinero, ni el otorgamiento de prestamos a los consumidores en esta especie, lo cual parece lógico, en virtud de que este tipo de empresas únicamente administran el trámite y procedimientos de adjudicación de los bienes y servicios, pues el dinero que aportan los consumidores y que integran el fondo común esta administrado por una Institución Fiduciaria. Así también están excluidos de los servicios que presten los proveedores, los servicios profesionales, laborales y

financieros, así como los arrendamientos y demás servicios no considerados en la ley.

2.2.-CONSENTIMIENTO EN EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

Según Manuel Borja Soriano³⁰ “es el acuerdo de dos o más voluntades sobre la producción o transmisión de obligaciones y derechos siendo necesario que estas voluntades tengan una manifestación exterior”.

Por su parte Ramón Sánchez Medal³¹, señala que el consentimiento tiene dos sentidos; como voluntad del deudor para obligarse y como concurso o acuerdo de voluntades.

Entonces el consentimiento, es el acuerdo dos o más voluntades referente a la creación o transmisión de derechos y obligaciones, y que debe ser exteriorizado por las partes que intervienen en dicho acto jurídico.

El consentimiento debe de ser exteriorizado, ya sea en forma expresa o tácita (artículo 1803 del Código Civil). Se entiende que es expreso cuando se

³⁰ Borja Soriano Manuel; Teoría General de las obligaciones; Ed. Porrúa, 16ª edición; México 1998, página

³¹ Sánchez Medal Ramón; op. cit. Página 27.

manifiesta verbalmente, por escrito o por signos inequívocos, y es en forma tácita, cuando se da de hechos o de actos que lo presupongan o que autoricen a presumirlo, con excepción de los casos en que la ley o por convenio la voluntad deba manifestarse expresamente (artículo 1803 del Código Civil).

Este acuerdo de voluntades se integra por dos partes: 1).- La oferta, peticitación o propuesta y 2).- La aceptación.

El consentimiento en el contrato de autofinanciamiento siempre debe ser expreso, y se perfecciona cuando el consumidor manifiesta su voluntad de pagar periódicamente determinada suma de dinero para la obtención de un bien o para la prestación de un servicio, y la empresa administradora de autofinanciamiento manifiesta su voluntad de crear y administrar un fondo común con las aportaciones de los consumidores, a fin de que una vez que se cumplan determinados requisitos señalados en el contrato, adjudicar a favor del consumidor el bien o prestar el servicio que se haya convenido, mediante la aplicación de los procedimientos de adjudicación señalados en el contrato de adhesión. Esta manifestación de voluntades deberá de concordar en modo y forma, por lo que si no existe esta coincidencia o acuerdo de voluntades no habrá consentimiento, es decir, para que se de este consentimiento, la oferta o

propuesta deberá ser aceptada por el destinatario o persona a la que va dirigida.

En la práctica la empresa administradora de autofinanciamiento, es la que ofrece su servicio de autofinanciamiento. Es común que la haga por conducto de los medios de comunicación que existen actualmente como son la televisión, la radio, sistemas electrónicos de comunicación como pueden ser el correo electrónico, o el Internet, los periódicos, la sección amarilla del directorio telefónico, etcétera. Incluso dicha policitación se realiza por conducto de “promotores” o personas autorizadas por la empresa, que se instalan en tiendas de autoservicio o plazas comerciales, y se encargan de repartir al público la información de los servicios que ofrecen, por medio de volantes.

La mayoría de las empresas de autofinanciamiento indican en su propuesta la forma, términos y condiciones bajo los cuales prestan este servicio, propuesta que en un principio va dirigida a toda persona que se interese en ella.

Como se puede observar, aquí todavía no se puede hablar de consentimiento, pues sólo existe la manifestación de la voluntad de la empresa de autofinanciamiento; por lo tanto dicho consentimiento se generará

cuando el consumidor se interese en la propuesta hecha por la empresa y la acepte en sus términos y condiciones, llenando una solicitud que la empresa valorará y hará saber al consumidor de su aceptación o no, dentro de los 15 días naturales contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud, pues de no hacerlo, entonces el solicitante se considerará automáticamente como aceptado.

No es común que el consumidor sea quien realice la propuesta u oferta, pues como ya se ha mencionado se trata de un contrato de adhesión, y lo único que tiene a su favor el consumidor es poder elegir de entre todas las empresas que prestan este servicio de autofinanciamiento, con quien desea contratar, ya que esa es la naturaleza de los contratos de adhesión, en donde una de las partes debe de manifestar su voluntad de aceptar las cláusulas y condiciones que la otra le impone.

Por tal motivo, puede concluirse que aún cuando el contrato de autofinanciamiento sea un contrato de adhesión, debe existir el acuerdo de voluntades, al menos para aceptar por parte del consumidor las condiciones elaboradas o propuestas por la empresa administradora de autofinanciamiento.

3.- ELEMENTOS PERSONALES DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

3.1.- EMPRESA DE AUTOFINANCIAMIENTO.

Una de las partes que interviene en la celebración del contrato de adhesión (Contrato de Autofinanciamiento), es el proveedor o empresa administradora de autofinanciamiento.

Proveedor es la empresa física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios (artículo 2 fracción II de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI, define, para efectos de los Sistemas de Autofinanciamiento al proveedor como “la persona moral que administra y comercializa el sistema de Autofinanciamiento”.

En este orden de ideas, únicamente las personas morales, pueden comercializar este tipo de sistemas de autofinanciamiento, y aunque las personas morales pueden tomar las distintas formas que enumera el artículo 25 del Código Civil, sólo podrán brindar al público los bienes y servicios de

estos sistemas de comercialización, las personas que se constituyan como una sociedad mercantil, es decir, aquellas que se constituyan con arreglo a la Ley General de Sociedades Mercantiles (artículos 3 del Código de Comercio y 4 de la Ley General de Sociedades Mercantiles).

Roberto L. Mantilla Molina³², define a la sociedad mercantil como “el acto jurídico mediante el cual los socios se obligan a combinar sus esfuerzos para la realización de un fin común, de acuerdo a las normas que por alguno de los tipos sociales en ella previstos, señala la ley mercantil”.

De acuerdo al artículo 1º de la Ley General de Sociedades Mercantiles, sólo se reconocen las siguientes especies de sociedades mercantiles:

- I.- Sociedad en nombre colectivo;
- II.- Sociedad en comandita simple;
- III.- Sociedad de responsabilidad limitada;
- IV.- Sociedad anónima;
- V.- Sociedad en comandita por acciones; y
- VI.- Sociedad cooperativa.

Salvo la última (la Sociedad Cooperativa), las demás sociedades mercantiles, podrán constituirse como sociedades de Capital Variable.

³² Mantilla Molina Roberto L.; Derecho Mercantil; Ed. Porrúa; 29ª edición, 1999; página 176.

La sociedad, es un medio idóneo para captar recursos necesarios para el desenvolvimiento comercial contemporáneo, y en el caso a estudio, para la comercialización de los bienes y servicios de los sistemas de autofinanciamiento es el único medio para consecución de este fin.

Ahora bien, la sociedad mercantil para realizar esta actividad (sistemas de Autofinanciamiento), lo hace a través del ejercicio de una empresa, que según el Profesor Jorge Barrera Graf,³³ “es la Organización de una actividad económica que se dirige a la producción y al intercambio de bienes o servicios”.

Es importante hacer la aclaración de que sociedad y empresa, no son conceptos similares, en virtud de que la sociedad es el sujeto de derecho, en tanto que la empresa no, dado que es solamente el resultado de la organización que lleva a cabo la sociedad o el empresario, es decir, el sujeto de derechos y obligaciones.

La empresa es un organismo económico, se basa en una organización fundada sobre principios técnicos y sobre leyes económicas que le

³³ Barrera Graf Jorge; Tratado de Derecho Mercantil; página 152.

proporcionan los distintos elementos, forman la estructura, regulan su desarrollo y aseguran la eficacia y la productividad.³⁴

Como se explicó, la empresa no es el sujeto de derechos y obligaciones, y aunque para el derecho, el empresario (en este caso la sociedad mercantil), es quien reúne este requisito, es pertinente analizar esta figura, pues la sociedad mercantil que comercializa los bienes y servicios objeto del contrato de autofinanciamiento, realiza la consecución de su fin por medio de la empresa, a lo que se llama “la empresa administradora de autofinanciamiento”.

Haciendo un recuento se puede decir, que sólo las sociedades mercantiles pueden comercializar estos bienes y servicios, sin embargo ni la Ley Federal de Protección al Consumidor, ni el reglamento de estos sistemas de comercialización, ni la Norma Oficial Mexicana mencionan cual de todas las formas señaladas por la ley General de Sociedades Mercantiles, debe tomar la sociedad mercantil.

En la actualidad la mayoría, sino es que todas las empresas administradoras de autofinanciamiento en México, han tomado la forma y se han constituido como Sociedades Anónimas de Capital Variable, lo cual de

³⁴ Vásquez del Mercado Oscar; Contratos Mercantiles; Ed. Porrúa; 6ª edición; 1996, página 121.

acuerdo con el Profesor Roberto L. Mantilla Molina³⁵ resulta lógico, pues la Sociedad Anónima posee una estructura jurídica que la hace especialmente adecuada para realizar empresas de gran magnitud, que normalmente quedan fuera del campo de acción de los individuos o de las sociedades personalistas, las que no cuentan con el capital suficiente para acometerlas. Además de que permite obtener la colaboración económica de un gran número de individuos, cada uno de los cuales, ante la perspectiva de una razonable ganancia, no temen arriesgar una porción de su propio patrimonio. Por otra parte, la fácil negociabilidad del título que representa la aportación del socio (la acción), le permite considerarlo como un elemento líquido de su patrimonio, que como tal, fácilmente puede convertirse en dinero.

Esta Sociedad anónima de capital variable, deberá de incluir en su acta constitutiva, que el objeto social es la comercialización de los bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, además de contener los requisitos señalados en el artículo 6º de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Dicha acta constitutiva deberá de pasarse ante la fe de un Notario o Corredor Público, e inscribirse en el

³⁵ Mantilla Molina Roberto L.; op. cit. páginas 342 y 343.

Registro Público de la Propiedad y del Comercio de la Entidad correspondiente.

Para que la empresa de autofinanciamiento pueda operar y ofrecer este tipo de servicios deberá de notificar a la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaria de Economía) su funcionamiento, señalando en su escrito los siguientes lineamientos:

I.- Que la persona moral es una sociedad mercantil.

II.- Presentar copia certificada o documento expedido por fedatario público de:

a).- Su acta constitutiva y de las modificaciones posteriores, en su caso, en donde se establezca que el objeto social es la comercialización de los bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

b).- Poder que acredite la personalidad del representante legal, y

c).- El contrato de fideicomiso que al efecto haya celebrado la persona moral, el cual señalará:

- Que su finalidad es la administración de los recursos de los consumidores para la adquisición de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, y

- Que la aplicación de los recursos se hará efectiva, únicamente contra la prestación de facturas, testimonio notarial o cualquier otro documento fehaciente que justifique la erogación, en lo que se refiere a los bienes o servicios objeto a comercializar;

d).- Tratándose de bienes muebles o servicios incluir copia certificada del convenio de suministro o compromiso de abasto que haya celebrado la sociedad mercantil, el cual deberá ratificarse a su vencimiento;

e).- Tratándose de bienes inmuebles, incluir copia certificada de las garantías que, en su caso, se constituyan, y

f).- Copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación del sistema de comercialización (artículo 5 del Reglamento de sistemas de comercialización).

3.2. CONSUMIDOR

La otra parte del contrato de adhesión (contrato de autofinanciamiento) es el consumidor, ya que como se trata de sistemas de autofinanciamiento, contemplados en la LFPC, quien hace uso de este servicio adquiere éste carácter.

Consumidor para efectos de la LFPC, es la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestar servicios a terceros (artículo 2 fracción I).

Ahora bien el consumidor (sea persona física o moral) que como destinatario final, contrata un sistema de autofinanciamiento para la adquisición de bienes y servicios, al momento de la contratación asume las siguientes calidades o caracteres:

- a).- La de solicitante;
- b).- La de integrante;
- c).- La de adjudicatario; y
- d).- La de adjudicado.

La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, define a estos términos de la siguiente manera:

a).- Solicitante es la calidad del consumidor desde que firma el contrato de adhesión con el proveedor, hasta que es integrado a un grupo de consumidores.

b).- Integrante es la calidad del consumidor a partir de que el proveedor lo incorpora a un grupo de consumidores, hasta que resulta adjudicatario.

c).- Adjudicatario, es la calidad que adquiere el consumidor integrante cuando éste o su beneficiario obtiene el derecho de recibir el bien o servicio objeto del contrato de adhesión, conforme a lo dispuesto en el propio contrato de adhesión.

d).- Adjudicado es la calidad que adquiere el consumidor integrante cuando él o su beneficiario recibe el bien o servicio contratado, conforme a lo dispuesto en el contrato de adhesión respectivo.

Como se puede observar, el consumidor como parte del contrato de autofinanciamiento, adquiere diferentes calidades durante el desarrollo de este Sistema de Autofinanciamiento, pero en si, sigue siendo la misma persona que firmó el contrato y adquiere el bien o recibe el servicio objeto del autofinanciamiento.

4.- CLASIFICACIÓN JURÍDICA DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

4.1.- BILATERAL.

Un contrato es bilateral cuando las partes se obligan recíprocamente (artículo 1836 del Código de Civil), es decir cuando el contrato genera obligaciones recíprocas para ambas partes.

De acuerdo con la doctrina causalista, en los contratos bilaterales la obligación de uno de los contratantes tiene como causa la obligación del otro.³⁶

El contrato de autofinanciamiento, es un contrato bilateral o sinalagmático, en virtud de que al momento de su celebración, se generan obligaciones para cada una de las partes que intervienen en él. El consumidor asume como principal obligación la de aportar periódicamente cierta cantidad de dinero, a un fondo común; mientras que la empresa de autofinanciamiento, adquiere la obligación de administrar ese fondo común, así como los medios

³⁶ Pérez Fernández del Castillo Bernardo; op. cit. Página 43.

por los cuales los consumidores adquirirán los bienes o servicios pactados en el contrato.

El contrato de autofinanciamiento, al tratarse de un contrato bilateral, faculta a cualquiera de las partes (consumidor o empresa administradora de autofinanciamiento), para solicitar el cumplimiento o rescisión del contrato, cuando la otra parte incumpla o deje de cumplir con sus obligaciones, ya que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1949 del Código Civil “La facultad de resolver las obligaciones se entiende implícita en las recíprocas, para el caso de que uno de los obligados no cumpliere lo que le incumbe.”

En el contrato de Autofinanciamiento se generan diversas obligaciones a cargo de cada una de las partes. Dentro de las más importantes señalo las siguientes:

Obligaciones del Consumidor.

- 1).- La de aportar periódicamente una suma de dinero.
- 2).- El pago de las cuotas pactadas en el contrato (Cuota única de inscripción, cuota total mensual, etc.)
- 3).- Constituir una garantía (fianza, aval, prenda, hipoteca) a fin de responder por sus pagos.

4).- El pago de un porcentaje sobre el valor del inmueble más IVA, una vez que resulte adjudicado el integrante de grupo.

5).- Realizar sus pagos en las sucursales de la Institución bancaria fiduciaria que señale la empresa administradora de autofinanciamiento en el contrato.

6).- En caso de que el integrante de grupo, desee ceder sus derechos y obligaciones derivados del contrato de autofinanciamiento, debe avisar y pedir autorización a la empresa.

Obligaciones del proveedor.

1).- Tener celebrado un contrato de fideicomiso de administración, con una Institución de Crédito, para garantizar el cumplimiento del contrato de autofinanciamiento.

2).- Indicarle al consumidor con que Institución tiene celebrado el contrato de fideicomiso.

3).- Explicar al consumidor el contenido y funcionamiento de los procesos de adjudicación señalados en el contrato.

4).- Expedir recibo oficial del pago realizado por el consumidor de la cuota única de inscripción y de la primera cuota total mensual.

5).- Llevar a cabo dentro del plazo señalado en el contrato, la primera reunión de adjudicación.

- 6).- Adjudicar en grupo, dentro de la periodicidad pactada en el contrato, el bien o la prestación del servicio contratado, mediante los sistemas y medios de adjudicación pactados.
- 7).- Contratar por cuenta y a nombre del consumidor persona física, un seguro de la vida e incapacidad total permanente, a partir de la fecha del primer acto de adjudicación.
- 8).- Contratar un seguro de daños, al momento de que el integrante de grupo se adjudique el bien mueble o inmueble contratado.
- 9).- Si al momento de liquidar un grupo de consumidores existe remanente en dinero, deberá distribuirlo entre los adjudicatarios.
- 10).- Integrar al consumidor, en un plazo no mayor de 60 días naturales a su grupo, a fin de participar en la primera reunión de adjudicación.

4.2. ONEROSO

Un contrato es oneroso, cuando se estipulan provechos y gravámenes recíprocos (artículo 1827 del Código Civil).

Se llama oneroso (o a título oneroso), el contrato en que cada parte sufra un sacrificio (empobrecimiento) patrimonial (prestación que la misma parte

cumple), pero con el objeto de procurarse una ventaja correspondiente, o sea, de recibir una atribución patrimonial o enriquecimiento (contraprestación).³⁷

El contrato de autofinanciamiento, de acuerdo a estos criterios, resulta ser un contrato oneroso, ya que ambas partes adquieren provechos y gravámenes recíprocos. El consumidor, sufre un sacrificio patrimonial (gravamen) cuando realiza el pago de las aportaciones mensuales que integrarán el fondo común, pero a cambio de este empobrecimiento patrimonial recibirá a cambio, la administración de los medios de adjudicación señalados en el contrato de autofinanciamiento, que posteriormente le darán el derecho a recibir el bien o la prestación del servicio que haya pactado.

Por otro lado la empresa de autofinanciamiento; obtiene como beneficio o ventaja, una cantidad de dinero, a cambio de la administración de este sistema de autofinanciamiento, consistente en la integración de grupos de consumidores, es decir, recibe el pago por sus servicios de administración, pero al igual que el consumidor, sufre un gravamen en su patrimonio, por cuanto tiene que realizar gastos de carácter pecuniario, para la administración del sistema de autofinanciamiento, como puede ser; la compra de papelería,

³⁷ Rojina Villegas Rafael; op. cit. Página 16.

publicidad, pago de salarios a empleados, estudios actuariales y contables, adquisición de sistemas de computo, entre otros, es decir, su sacrificio patrimonial no estriba en el detrimento de éste por la entrega del bien o servicio contratado, toda vez que éstos se adquieren con el propio dinero aportado por los consumidores al fondo común, y por ende la empresa administradora de autofinanciamiento no se desprende de ninguna cantidad de dinero que grave su patrimonio, pues, esta cantidad que será entregada en el momento de la adjudicación al proveedor del bien o servicio contratado, será tomada del fondo común que custodia la Institución Bancaria Fiduciaria.

4.3. CONMUTATIVO

El Código Civil subdivide a los contratos onerosos, en contratos conmutativos y aleatorios. El contrato oneroso es conmutativo “cuando las prestaciones que se deben las partes son ciertas desde que se celebra el contrato, de tal suerte que ellas pueden apreciar inmediatamente el beneficio o la pérdida que les cause éste. Es aleatorio, cuando la prestación debida depende de un acontecimiento incierto, que hace que no sea posible la evaluación de la garantía o pérdida, sino la evaluación de la ganancia o

perdida, sino hasta que ese acontecimiento se realice” (artículo 1838 del Código Civil).

Dice Rafael Rojina Villegas,³⁸ que son “conmutativos, cuando los provechos y gravámenes son ciertos y conocidos desde la celebración del contrato; es decir cuando la cuantía de las prestaciones puede determinarse desde la celebración del contrato. Aleatorio, cuando los provechos y gravámenes dependen de una condición o término, de tal manera que no pueda determinarse la cuantía de las prestaciones en forma exacta, sino hasta que se realice la condición a término.”

Al respecto Rafael Rojina Villegas³⁹, señala que no es exacto que en el contrato conmutativo se sepa de antemano si habrá ganancia o perdida; lo que se sabe es la cantidad de prestación que cada parte entrega, porque las ganancias o perdidas son un problema económico imposible de determinar al celebrarse el contrato.

En el contrato aleatorio, la prestación no está determinada, y sólo por ello es aleatorio, y no porque se ignore si habrá ganancias o perdidas.

³⁸ Ibidem, pág. 28

³⁹ Idem.

Para poder entender porque el contrato de autofinanciamiento en un contrato conmutativo; es importante explicar en que consisten y cuales son las prestaciones que se deben ambas partes, pues de éstas deriva su diferenciación con los contratos aleatorios. La prestación a cargo del consumidor consiste en la entrega de una determinada cantidad de dinero, por concepto de cuota, así como de los demás pagos pactados en el contrato, como pueden ser; la cuota de inscripción, cuota mensual total, cuota de adjudicación, pago de una prima de seguro, pago de impuestos, etc.

La prestación a cargo del proveedor radica en el hecho de realizar todos los trámites de administración tendientes a la adquisición de los bienes y/o servicio contratados.

Por lo tanto, podemos señalar que el contrato de autofinanciamiento es un contrato conmutativo, ya que las prestaciones a cargo de una de las partes se encuentran determinadas, toda vez que el consumidor sabe desde el momento de la firma del contrato, que debe pagar de manera periódica determinadas cantidades de dinero por concepto de cuotas, para poder obtener la adjudicación de un bien o servicio. En este aspecto es necesario hacer una pausa para señalar que la cantidad que por concepto de cuota aporta el consumidor al momento de la celebración del contrato, la cual se encuentra

determinada, así como los medios, procesos y porcentajes por los cuales ésta se ajustará, y en nada afecta al contrato, el hecho de que la cuota tenga variaciones desde la fecha en que se suscribe el contrato, hasta la fecha en que resulta adjudicado el consumidor (fecha en que en que algunos contratos se congela la cuota mensual) o a la fecha de conclusión del contrato, pues como ya quedó asentado, al momento de la celebración del contrato de autofinanciamiento, dicha prestación se encuentra determinada para ambas partes.

En lo referente a las prestaciones a cargo de la empresa de autofinanciamiento, consistentes en efectuar los trámites y gestiones necesarias para administrar dichos sistemas de autofinanciamiento, así como la entrega del bien, se encuentran definidos y determinados ya que al momento de contratar, el consumidor (solicitante), sabe cual es el tipo y características del bien (mueble o inmueble) o servicio que recibirá como contraprestación. De igual forma sabe que dicho bien o servicio no lo recibirá de inmediato a la firma del contrato, sino una vez que transcurra cierto plazo (contado a partir de la fecha en que se integre a un grupo de consumidores), y a través de los medios de adjudicación (sorteo, subasta, antigüedad, directa, natural, etc.), que se pacten en el contrato, y siempre y cuando se encuentre al

corriente en el pagos de sus aportaciones mensuales. Por lo tanto, este contrato, es un contrato conmutativo.

4.4. PRINCIPAL.

Los contratos principales son aquellos que su existencia y validez no dependen de la existencia y validez de una obligación preexistente o de un contrato previamente celebrado; es decir, son contratos que tienen existencia por si mismos.⁴⁰

El contrato de autofinanciamiento de acuerdo a este concepto, es un contrato principal, porque tiene existencia por si mismo, pues su existencia y validez, no depende de la creación o existencia previa de otro contrato.

4.5. FORMAL

De acuerdo a la manera en que puede, o debe manifestarse la voluntad y por ende el consentimiento, los contratos, se clasifican en consensuales, formales y solemnes.

⁴⁰ Zamora y Valencia Miguel Ángel; Contratos Civiles; Ed. Porrúa; 7ª edición, 1998, pág.:59

El contrato es solemne cuando la ley exige una forma determinada, y no otra diferente para que produzca ciertas consecuencias y prevé que si no se satisficé esa forma, no se producirán esas consecuencias.⁴¹

Por su parte Rojina Villegas Rafael⁴² dice, que “un contrato es formal cuando el consentimiento debe manifestarse por escrito, como un requisito de validez, de tal manera que si no se realiza en estos términos, el contrato se verá afectado de nulidad relativa.”

El contrato es consensual, cuando la ley no señala, ni requiere para su validez que el consentimiento sea manifestado de una u otra forma, y se deja al arbitrio de las partes la forma que deseen darle al contrato, ya sea por escrito o verbalmente.

El contrato de autofinanciamiento es un contrato formal, toda vez que el mismo debe de constar por escrito, en idioma español, y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista; así lo señala la Ley Federal de Protección al Consumidor en su capítulo X, y la citada Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000.

⁴¹ Ibidem, pág. 56.

⁴² Rojina Villegas Rafael; op. cit. pág. 35.

Por lo tanto la voluntad de las partes o consentimiento deberá manifestarse por escrito, y por ningún otro medio, pues en caso de exteriorizarse en forma distinta a la escrita, dicho acto se verá afectado de nulidad relativa.

4.6 CONSENSUAL EN OPOSICIÓN A REAL.

El contrato de autofinanciamiento, es un contrato consensual en oposición a real, ya que se perfecciona por el simple acuerdo de voluntades, y no con la entrega del bien o servicio pactado en el contrato, pues basta que el consumidor acepte la oferta realizada por el proveedor (empresa administradora de autofinanciamiento), y que éste acepte la solicitud presentada por aquel, para que el contrato quede perfeccionado, por lo tanto no es necesaria la entrega de la cosa objeto del autofinanciamiento al momento de la celebración del contrato, para que éste se perfeccione, en virtud de que el consumidor recibirá el bien o servicio, mediante los procedimientos de adjudicación señalados en el contrato, y por lo menos dentro de los 60 días (en caso de bienes muebles o servicios) o 120 días (en

caso de bienes inmuebles) contados a partir de la fecha de firma del contrato de autofinanciamiento.

4.7. TRACTO SUCESIVO.

El contrato de tracto sucesivo es aquel en que el cumplimiento de las obligaciones o prestaciones se realiza en un periodo determinado, es decir se van cumpliendo de momento en momento.

En el contrato de autofinanciamiento, las prestaciones a cargo de cada una de las partes (el pago de las cuotas, los actos de administración y la adjudicación de los bienes y servicio) se van cumpliendo momento a momento, en periodos determinados, ya que como quedó asentado en la definición del mismo, las aportaciones en dinero que realiza el consumidor al fondo común, son periódicas, por ende ambas partes durante la vigencia y duración del contrato continúan haciéndose prestaciones de manera paulatina y periódica. La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, señala que la vigencia de los contratos de autofinanciamiento, no deberá de exceder de 5 años tratándose de adquisición de bienes muebles nuevos o la prestación de un servicio, ni de 20 años tratándose de bienes inmuebles o servicios

inmobiliarios. Por lo tanto, las partes durante la vigencia del contrato (que podrá ser inferior al plazo señalado por la NOM, pero no mayor), seguirán haciéndose recíprocas prestaciones de manera paulatina.

4.8. ATÍPICO O INNOMINADO.

Dice Miguel Angel Zamora y Valencia⁴³, “que el contrato innominado es aquel que la ley no reglamenta o regula en relación con las obligaciones principales que se generan como efectos de su celebración, aunque tenga un nombre o estén tipificados.”

Por su parte Ramón Sánchez Medal⁴⁴ señala que los contratos innominados o atípicos, “son los que no están especialmente reglamentados en el Código Civil, sino que se rigen por las reglas generales de los contratos, por las disposiciones de las partes y, en lo que fueren omisas, por las disposiciones del contrato con el que tengan más analogía de los reglamentados”.

⁴³ Zamora y Valencia Miguel Ángel; op. cit. Página 61.

⁴⁴ Sánchez Medal Ramón; op. cit. Pág. 112 y 113.

De lo anteriormente expresado se puede concluir que a contrario sensu, los contratos nominativos o típicos, son aquellos que tienen en el Código Civil, Código de Comercio, o fuera de ellos, en otros ordenamientos legales, una regulación en particular o específica.

Es importante hacer mención que dentro de la legislación mexicana no existe la denominación de "Contrato de Autofinanciamiento", como la existe para el contrato de compraventa, comodato, consignación etc; sin embargo es el nombre con el que se les conoce e identifica a los contratos que se celebran con motivo de la comercialización de sistemas de autofinanciamiento, y que a pesar de no tener un nombre o concepto definido - pues la ley sólo lo llama contrato de adhesión - la Ley Federal de Protección al Consumidor y la NOM-143-SCFI-2000, lo regulan en cuanto a sus formalidades y contenido.

Por lo tanto, el contrato a estudio, se encuentra regulado por la legislación mexicana de manera parcial, resultando con ello un contrato atípico e innominado, toda vez que aun cuando existe reglamentación para los sistemas de autofinanciamiento, el contrato por el cual se formaliza esta operación comercial, no tiene un nombre y concepto definido, e incluso la doctrina dice poco, sino es que nada, de este contrato.

Es por esto, que debería denominársele contrato de autofinanciamiento, pues sin duda la materia de éste, es precisamente un autofinanciamiento para la obtención de bienes y servicios, a través de la integración de grupos de consumidores.

4.9. MERCANTIL.

El contrato de autofinanciamiento, es mercantil, porque los actos y obligaciones derivadas del contrato, son de naturaleza mercantil, es decir, porque en primer lugar tiene una finalidad de especulación comercial, al menos por parte del proveedor, que comercializa dichos sistemas de autofinanciamiento con el propósito de lucro. En segundo lugar porque una de las partes que interviene en el contrato es comerciante (el proveedor o empresa administradora de autofinanciamiento), y en tercer y último lugar porque se encuentra regulado por disposiciones legales de carácter mercantil.

4.10. DE ADHESIÓN.

Como ya se mencionó, el contrato por el cual se formaliza la comercialización de sistemas de autofinanciamiento, es un contrato de adhesión, en virtud de que una de las partes (en este caso el proveedor) es quien establece las condiciones y las cláusulas que van a regir el contrato de autofinanciamiento, mientras que la otra parte (el consumidor), sólo se adhiere o acepta dichas cláusulas y condiciones, sin que exista la posibilidad de que éstas puedan alterarse o modificarse.

La Norma Oficial Mexicana NOM-413-SCFI-2000, define para efectos de estos sistemas de comercialización, al contrato de adhesión como “el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la comercialización de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, a través de sistemas de autofinanciamiento”.

Diferentes autores no consideran al contrato de adhesión como tal, ya que nunca se da un acuerdo de voluntades, sin embargo en estos tipos de contratos, el acuerdo de voluntades si se produce, pues el consumidor al momento de conocer la oferta o policitud realizada por la empresa administradora de autofinanciamiento, manifiesta su voluntad al aceptarla, sin que exista una imposición al consumidor para aceptarla a como de lugar, ya

que el puede elegir de entre todas las empresas que ofrecen estos sistemas de autofinanciamiento, con quien contratar este servicio.

Como se puede advertir, la característica de los contratos de adhesión es que las cláusulas y condiciones que lo integran no son discutidas o negociadas por ambas partes, sino que una de ellas es quien las establece unilateralmente, pero esto no afecta en nada al consentimiento del contrato, el cual como ya se explicó no se ve afectado, pues siempre se produce el acuerdo de voluntades de ambas partes.

En conclusión podemos puntualizar lo siguiente:

- La denominación de contrato de autofinanciamiento, no existe en la legislación mexicana, sin embargo, en la práctica es el nombre con el que se conoce al contrato por el cual se formaliza la comercialización de los sistemas de autofinanciamiento a que hace referencia el artículo 63 de la LFPC.

- El contrato de autofinanciamiento es aquel contrato de adhesión por virtud del cual; una persona – llamada consumidor- aporta periódicamente sumas de dinero a un fondo común, que es administrado por una persona moral- llamada empresa- y resguardado por un fideicomiso, con la finalidad de destinarlo a la adquisición de determinados bienes muebles nuevos, bienes

inmuebles o a la prestación de determinados servicios, que el consumidor haya elegido, mediante la aplicación de los procedimientos de adjudicación señalados en el contrato.

- Su estructura, contenido y forma se encuentran regulados por el artículo 63 de la LFPC, la Norma Oficial Mexicana “NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales-elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (sistemas de autofinanciamiento)”, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de septiembre del año 2000, así como por el Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 1994.

- El objeto del contrato de autofinanciamiento consiste en una obligación de hacer, pues la empresa de autofinanciamiento presta un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento, y el consumidor realiza periódicamente aportaciones a un fondo común, para la obtención de los bienes (muebles e inmuebles) y/o servicios señalados en el contrato.

- Sólo podrán ser objeto del autofinanciamiento los bienes muebles nuevos, los bienes inmuebles y determinados servicios.

- El consentimiento en el contrato de autofinanciamiento siempre debe de manifestarse de manera expresa, y se perfecciona cuando el consumidor presenta su solicitud a la empresa de autofinanciamiento, y ésta la acepta.

- Las partes que intervienen en el contrato son: El consumidor (quien puede ser persona física o moral) y la empresa de autofinanciamiento (quien sólo puede constituirse como sociedad mercantil).

- El contrato de autofinanciamiento además de ser un contrato de adhesión, es un contrato bilateral, oneroso, conmutativo, principal, formal, consensual en oposición a real, de tracto sucesivo, atípico o innominado y mercantil.

CAPÍTULO TERCERO

CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

1.- INTEGRACIÓN DE LOS GRUPOS CERRADOS

La NOM-143-SCFI-2000, en su punto 3.9, define al grupo, como el conjunto de un número predeterminado de consumidores integrados al sistema de autofinanciamiento, cuyas aportaciones periódicas forman el fondo común destinado a adquirir los bienes o servicios contratados, mediante la aplicación de los procedimientos de adjudicación señalados en el contrato de adhesión.

Los grupos cerrados de consumidores en los sistemas de comercialización, llamados sistemas de autofinanciamiento, se integran por personas físicas o morales, y el número de sus componentes, de acuerdo a la NOM-143-SCFI-2000, no será superior a los 180, tratándose de bienes muebles o servicios, ni de 600, en el caso de bienes inmuebles o de servicios inmobiliarios (punto 4.2.).

Se considerará constituido un grupo, una vez que la empresa de autofinanciamiento haya admitido a tantos solicitantes, como integrantes en número determinado tenga el plan contratado.

El consumidor antes de ingresar al grupo, se sujeta a un estudio de crédito por parte de la empresa de autofinanciamiento, quien regularmente cuenta con un término de 15 días, contados a partir de la fecha de firma del contrato de adhesión, para hacerle saber al solicitante que ha sido o no admitido, en cuyo caso la empresa deberá devolver la cuota de inscripción, así como la primera cuota mensual, que el consumidor pagó al firmar el contrato.

Si la empresa de autofinanciamiento no da contestación dentro del término de 15 días anteriormente señalado, el solicitante entenderá que fue aceptado.

Una vez que el consumidor (solicitante) es aceptado, la empresa administradora lo integrará a un grupo, que se formará con consumidores que tengan como finalidad la adquisición de bienes o servicios de características semejantes, asignándole a cada uno, su número de integrante, y notificándole además el lugar, fecha y hora en la que se llevará a cabo el primer acto de adjudicación, término que no excederá de 60 días naturales para el caso de bienes muebles o servicios no inmobiliarios, ni de 120 días naturales,

tratándose de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, contados a partir de la fecha en que fue firmado el contrato de autofinanciamiento (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.2.).

En el supuesto de que la empresa de autofinanciamiento no cumpla con la obligación anteriormente citada, devolverá al consumidor dentro del término de los 30 días siguientes, el dinero que éste hubiere erogado más una cantidad (cuyo porcentaje depende de cada empresa), por concepto de pena convencional (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.2. segundo párrafo).

La NOM-143-SCFI-2000, en su punto 4.3, señala que tratándose de la adquisición de bienes muebles nuevos, o la prestación de servicios no inmobiliarios, el plazo de vigencia de estos sistemas de autofinanciamiento no podrá exceder de 5 años, y tratándose de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, el plazo no debe exceder de 20 años.

El consumidor, una vez firmado el contrato, contará con un plazo de 10 días para formular por escrito a la empresa, cualquier pregunta tendiente a resolver las dudas que tenga respecto del funcionamiento del sistema de autofinanciamiento que contrató, contestación que en los mismos términos realizará la empresa de autofinanciamiento (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.12)

La importancia y propósito de la creación de grupos de consumidores, radica en el hecho de formar un fondo común con las aportaciones periódicas que éstos realizan, el cual servirá para la adquisición del bien o servicio objeto del autofinanciamiento, por lo que el cabal funcionamiento de este sistema de comercialización, depende de que cada uno de los integrantes del grupo, realice puntualmente el pago de su aportación periódica, pues si en el fondo común existe una fuerte cantidad de dinero, será más factible que se realice más de una adjudicación en cada acto programado.

Al respecto la Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000, en su punto 6.3.3, señala que “en cada acto de adjudicación, el proveedor debe adjudicar, cuando menos un bien o servicio objeto del sistema de autofinanciamiento. Dicha adjudicación mínima debe realizarse por procedimientos distintos a la adjudicación directa y subasta. Cuando los recursos del grupo no sean suficientes, el proveedor debe aportar el capital necesario para realizar la adjudicación mínima, y esa cantidad le será restituida a valor presente, de las cuotas periódicas totales que paguen los consumidores en el periodo siguiente, siempre y cuando existan recursos suficientes, una vez que se realice la adjudicación mínima correspondiente”.

EL PAGO

El consumidor para poder ingresar a un grupo, y participar en los actos de adjudicación previstos en el contrato de autofinanciamiento, debe cubrir las siguientes cuotas:

1).- Cuota de Inscripción.

Es la cantidad que el consumidor paga al proveedor para integrarse a un grupo de sistemas de autofinanciamiento, cuota que se paga una sola vez durante la vigencia del contrato.

2).- Cuota periódica total.

Es la cantidad de dinero que debe pagar el consumidor periódicamente, durante la vigencia del contrato de adhesión. Resulta de sumar el importe de los siguientes conceptos: Aportación periódica, costo del seguro, cuota de administración y el Impuesto al Valor Agregado. (NOM-143-SCFI-2000, punto 3.5).

a).- Aportación periódica.- Es el pago que cubre el consumidor a cuenta del bien o servicio pactado en el contrato, que se obtiene de dividir el valor del bien actualizado, entre el número de las mensualidades.

b).- Costo del seguro: Es la cantidad de dinero que cubre el integrante del grupo, para cubrir la prima del seguro de vida e incapacidad permanente total, con el que debe contar a la firma del contrato.

c).- Cuota de administración: Es el porcentaje que cobra la empresa de autofinanciamiento por diversos actos que realiza para la organización, administración y consecución de los fines del sistema de autofinanciamiento.

d).- Impuesto al Valor Agregado: Es el porcentaje que cubre el integrante del grupo, de conformidad con el artículo 1 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, por el uso o goce del bien o servicio objeto del sistema de autofinanciamiento.

La cuota periódica total, a partir de la primera reunión de adjudicación, sufre variaciones, debido a que el valor del bien o servicio incrementa de un periodo a otro, razón por la cual el consumidor comienza pagando una cierta cantidad de dinero y termina cubriendo otra generalmente mayor.

El factor de actualización de los montos o valores presentes, debe de estar determinado por ambas partes a la firma del contrato. En la práctica las empresas de autofinanciamiento utilizan como factor de actualización el

Índice Nacional de Precios al Consumidor, el Índice de Incremento al Salario Mínimo u otra tasa porcentual que ellas mismas fijan.

En caso de modificación de la cuota periódica total, la empresa deberá comunicar al integrante de grupo la variación y el monto de la siguiente cuota, a fin de que el consumidor esté en aptitud de pagarla a tiempo y participar en el próximo acto de la adjudicación.

Como ya se mencionó, la cuota periódica total varía durante la vigencia del contrato, sin embargo en los casos de grupos cerrados de consumidores constituidos para adquirir bienes muebles y servicios no inmobiliarios, la cuota se congela, pero únicamente respecto del consumidor que resultó adjudicado, por lo que a partir de esta fecha, no sufre ningún ajuste o alteración la cuota, circunstancia que no ocurre en los grupos constituidos para la adquisición de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, en donde aun cuando el consumidor resulta adjudicado, la cuota periódica total, se sigue ajustando paulatinamente, hasta la terminación del contrato de autofinanciamiento.

El pago de estos conceptos debe realizarse en moneda nacional, en las sucursales que tiene la Institución Fiduciaria que le haya indicado la empresa

de autofinanciamiento, a más tardar en la fecha señalada para su vencimiento en el contrato, o en los talones de pago que ésta le proporcione.

El integrante debe verificar que sus recibos de pago sean sellados e impresos por la caja registradora de la Institución Fiduciaria, pues en caso de que el consumidor realice el pago en otra institución diferente a la señalada, o no se cumpla con los requisitos señalados con anterioridad, se eximirá a la empresa de toda responsabilidad.

No se permiten pagos parciales de la cuota periódica total por parte de los integrantes o adjudicatarios, sin embargo pueden realizar pagos anticipados, a valor vigente al momento de efectuarlas, las cuales se aplicaran a las últimas mensualidades en sentido inverso, es decir, de la última a la primera.

Si por alguna razón, el integrante de grupo dejase de cubrir puntualmente alguna cuota periódica total, podrá pagarla con posterioridad, pero lo hará al valor presente que tenga en ese momento la cuota, y no tomando en cuenta el valor que tenía a la fecha su vencimiento.

2.-PROCEDIMIENTOS DE ADJUDICACIÓN

La finalidad de los sistemas de comercialización llamados sistemas de autofinanciamiento, es la de adquirir bienes (muebles o inmuebles) y servicios, lo cual realizan a través de los procedimientos de adjudicación pactados en el contrato.

El acto de adjudicación es aquel acto periódico mediante el cual se determina a cual o a cuales integrantes del grupo, que se encuentran al corriente en el pago sus cuotas periódicas totales, corresponde el derecho de recibir el bien o servicio contratado, mediante la aplicación de los procedimientos previstos en el contrato de adhesión (NOM-143-SCFI-2000, punto 3.1).

Los diversos procedimientos de adjudicación previstos por la NOM-143-SCFI-2000, son los siguientes:

- a).- Adjudicación directa;
- b).- Antigüedad o permanencia;
- c).- Puntuación o porcentaje;
- d).- Sorteo; y
- e).- Subasta.

a).- Adjudicación directa: Es el procedimiento por el que se hace efectivo el derecho del beneficiario de un integrante del grupo para recibir el bien o servicio contratado, cuando el consumidor, durante la vigencia del contrato de adhesión, sufre de incapacidad permanente total o fallece. (punto 3.1.1)

b).- Antigüedad o permanencia: Procedimiento para adjudicar al consumidor el bien o servicio contratado, tomando en cuenta la fecha en que contrató el sistema de autofinanciamiento. (punto 3.1.2)

c).- Puntuación o puntaje: Procedimiento para adjudicar al consumidor el bien o servicio contratado, considerando el número de cuotas periódicas totales o parciales pagadas por él, así como las fechas en que se realizaron estos pagos. (punto 3.1.3)

d).- Sorteo: Procedimiento para obtener un resultado aleatorio o casual, mediante el cual se determina el orden secuencial que servirá para señalar los turnos de disposición de las adjudicaciones de los grupos y, de ser el caso, dilucidar situaciones de empate. (punto 3.1.4)

e).- Subasta: Procedimiento para adjudicar un bien o servicio al integrante que ofrezca, en su grupo, el pago adelantado del mayor número de cuotas periódicas totales, menos el importe correspondiente al seguro de vida

e incapacidad permanente total. En su caso pueden tomarse en cuenta los pagos realizados por el consumidor.

Los medios de adjudicación mencionados no son los únicos procedimientos por los cuales se pueden adquirir los bienes y servicios objeto del autofinanciamiento, ya que la citada Norma Oficial Mexicana permite que la empresa administradora establezca otros procedimientos de adjudicación distintos a los anteriormente citados, siempre que se lo hagan saber a la Procuraduría Federal del Consumidor, al momento de solicitar el registro del contrato de adhesión correspondiente, indicando las características de dichos procedimientos. (punto 4.13 segundo párrafo)

Así tenemos que empresas de autofinanciamiento como Autofirme, S.A. de C.V., ofrece un procedimiento de adjudicación llamado “adjudicación automática”, en el que el integrante del grupo resulta adjudicado una vez que tiene la mitad del tiempo contratado en el sistema de autofinanciamiento y todas sus mensualidades con el máximo puntaje.

La empresa Bienes Programados, S.A. de C.V. en el contrato de adhesión, registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor el día 6 de julio del año 2000, bajo el número 37988, libro 1, volumen 12º, expediente 415/340-95, implementó un procedimiento de adjudicación llamado

“adjudicación natural”, en el cual el integrante del grupo resulta adjudicado una vez que tenga pagada la totalidad de sus cuotas mensuales pactadas en el contrato.

Por lo tanto en la práctica podemos encontrar diferentes procedimientos de adjudicación, y lo importante al momento de contratar un sistema de autofinanciamiento, es verificar que estos nuevos procedimientos, se encuentran aprobados por la PROFECO, para lo cual podemos acudir ante dicha Institución a fin de que nos informe la manera y los términos bajo los cuales quedó registrado dicho contrato.

Las adjudicaciones se llevan a cabo en el lugar y la fecha que indique la empresa de autofinanciamiento, lo cual se hará saber al integrante del grupo con varios días de anticipación. En dicha reunión sólo participaran los integrantes del grupo que se encuentren al corriente del pago de sus cuotas periódicas totales.

En cada reunión de adjudicación, deberá de estar presente un Notario o Corredor Público, quien dará fe de la legalidad de los procedimientos de adjudicación.

El día y la hora señalada para la reunión de la adjudicación, se procederá a sacar de una tómbola los números que les corresponden a cada uno de los

integrantes de grupo que cubrieron puntualmente su cuota periódica total, resultando adjudicados los consumidores cuyos números salieron sorteados, respetando siempre el orden secuencial.

Cuando el consumidor resulta adjudicado conjuntamente por sorteo y por otro procedimiento, será adjudicado por el mecanismo de sorteo. (punto 6.3.4)

En lo referente al procedimiento de subasta, cualquiera de los integrantes del grupo que tengan derecho a participar en el evento de adjudicación podrán ofrecer cubrir por adelantado varias cuotas periódicas totales. Dicho ofrecimiento deberá realizarse por escrito en las boletas indicadas y proporcionadas para tal caso por la empresa de autofinanciamiento, debiendo presentarlas en las oficinas de ésta, con los días de anticipación requeridas para tal caso en el contrato de autofinanciamiento. Por lo tanto, la oferta o propuesta de pagar por anticipado determinadas cuotas periódicas totales, no se realiza en la reunión, sino que se efectúa con varios días de anticipación.

Cuando en el fondo común se tengan recursos suficientes, una vez que se haya adjudicado un bien o servicio por sorteo o subasta, podrá hacerse una adjudicación adicional, ya sea por medio de los procedimientos de antigüedad, puntaje o sorteo, respetando y apegándose a los lineamientos

señalados en el contrato de adhesión y a la Norma Oficial Mexicana-143-SCFI-2000.

ENTREGA DE LOS BIENES Y SERVICIOS.

Una vez que el consumidor resulta adjudicado, la empresa de autofinanciamiento le notificará la adjudicación a través de telegrama, correo, o mediante la publicación en un diario de circulación del lugar donde se haya realizado la reunión, a fin de que manifieste su conformidad, o bien rechace el derecho a recibir el bien o el servicio contratado.

En ambos casos, el consumidor mediante escrito deberá hacerlo del conocimiento de la empresa, ya que si omite dar respuesta, se entenderá que declina la adjudicación cediendo automáticamente su turno y su derecho a otro integrante, que dependiendo del procedimiento de adjudicación, haya quedado detrás de él en la reunión de adjudicación.

De no existir integrante que acepte la adjudicación del bien o servicio declinado, el primer integrante adjudicado tendrá la obligación de recibirlo, siempre y cuando hayan transcurrido más de 30 días naturales, contados a partir de la fecha en que le fue notificada la adjudicación. En este caso el integrante deberá de pagar los gastos que en su caso se hubiesen generado

durante este plazo, por el almacenaje o cuidado del bien objeto del autofinanciamiento.

PLAZO

Una vez que el adjudicatario aceptó recibir el bien o servicio contratado, la empresa contará con un término de 25 días naturales para entregarlo, término que comienza a correr a partir del día en que el consumidor cumplió con los requisitos que para tal efecto se pactaron en el contrato (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.6.).

Los requisitos que a *grosso modo* debe cumplir el adjudicado son los siguientes:

- Actualizar los datos que proporcionó al firmar el contrato.
- Constituir una garantía (fianza, hipoteca, fiduciaria, prenda, aval, etc.), o bien, actualizarla si ya la había constituido.
- Entregar la documentación necesaria para comprobar su identidad, residencia e ingreso económico.
- Haber pasado el estudio de crédito que realice la empresa.
- En el caso de personas morales, proporcionar la documentación que acredite su constitución, duración,

domicilio social y fiscal, la representación legal de su apoderado y demás documentos que permitan determinar la solidez financiera de la sociedad.

- Cubrir los pagos por adjudicación, como son:
 - ⇒ La nueva cuota periódica total actualizada.
 - ⇒ La diferencia que en su caso pudiera existir a cargo del integrante de grupo, por la actualización de los conceptos desglosados en su cuota total mensual, o bien por recargos de mora.
 - ⇒ El porcentaje pactado en el contrato, por concepto de derechos de adjudicación.
 - ⇒ En el caso de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, deberá pagar los gastos de escrituración ante el Notario Público y los impuestos correspondientes.

Si la empresa no cumple con la entrega del citado bien o servicio dentro del plazo de 25 días naturales señalado, el consumidor puede optar por:

- 1).- Rescindir mediante escrito dirigido a la empresa, el contrato de adhesión, obligándose ésta a devolverle dentro de los 10

días naturales siguientes a la notificación, el valor presente del total de los pagos realizados por el consumidor, incluida la cuota de inscripción si la hubiere, más una cantidad por concepto de pena convencional (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.6.2)

2).- Esperar tanto tiempo como sea necesario; en cuyo caso, la empresa se obliga a absolver los incrementos en el precio del bien o servicio contratado, y a pagar al adjudicatario, el importe de dos o más cuotas periódicas totales a valor histórico, como sanción.

En este caso, el adjudicatario puede solicitar a la empresa que adquiera el bien o el servicio contratado con otros distribuidores que lo tenga disponible. De obtenerse algún descuento en esta transacción, de manera que el importe a pagar sea inferior al precio actualizado del bien o del servicio contratado, la empresa aplicará la diferencia al pago de las cuotas periódicas totales que adeude el adjudicado (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.6.1).

Existe la posibilidad de que el bien o el servicio que se pactó a la firma del contrato se pueda cambiar, siempre y cuando la empresa de autofinanciamiento lo autorice, debiendo correr a cargo o a favor del adjudicatario la diferencia en el precio derivado del cambio de este bien.

La entrega del bien mueble o servicio, se hará en las instalaciones de la distribuidora o suministrador que eligió el adjudicatario.

CASO FORTUITO Y FUERZA MAYOR.

La teoría general para la responsabilidad civil compensatoria y moratoria, y para la especial que resulte de la pérdida o del demérito en la conservación de la cosa, tiene una excepción fundamental que se refiere al incumplimiento por caso fortuito o fuerza mayor.⁴⁵

Por caso fortuito se entiende el acontecimiento natural inevitable, previsible o imprevisible, que impide en forma absoluta el cumplimiento de la obligación. Se trata, por consiguiente, de hechos naturales inevitables que pueden ser previstos o no por el deudor, pero a pesar de que los haya previsto, no los puede evitar, y que impiden en forma absoluta el cumplimiento de la deuda, es decir, constituyen una imposibilidad física insuperable.⁴⁶

En cuanto a la fuerza mayor, entendemos el hecho del hombre, previsible o imprevisible, pero inevitable, que impide también en forma absoluta el

⁴⁵ Rojina Villegas, Rafael; Derecho Civil Mexicano, Tomo Quinto, Volumen II; Ed. Porrúa; 9ª edición; México 1999; página 359.

⁴⁶ Ibidem, página 360.

cumplimiento de la obligación. La guerra, la huelga en ciertos casos, cuando no es imputable al patrón, constituyen casos de fuerza mayor.⁴⁷

En nuestro derecho, el principio relativo al caso fortuito y fuerza mayor, se encuentra consagrado en el Código Civil, en el artículo 2111, el cual indica: “Nadie está obligado al caso fortuito sino cuando ha dado causa o contribuido a él, cuando ha aceptado expresamente esa responsabilidad, o cuando la ley se la impone”.

En el contrato de autofinanciamiento, la empresa de autofinanciamiento, no se hace responsable por la imposibilidad o falta de cumplimiento a sus obligaciones contraídas con motivo del contrato de autofinanciamiento, cuando esto derive o sea consecuencia de un caso fortuito (incluyendo huelgas, paros, quiebra, suspensión de producción del bien etc.) o causa de fuerza mayor, pero adquiere el compromiso de que una vez que sea subsanada la causa o el impedimento, cumplirá con sus obligaciones.

GARANTÍAS

Como ya se hizo mención en este capítulo, el integrante adjudicado a fin de garantizar el cumplimiento de sus obligaciones y en especial el pago de sus

⁴⁷ Ibidem, página 361.

cuotas periódicas totales debe constituir una garantía a favor de la empresa de autofinanciamiento (NOM-143-SCFI-2000, punto 4.11), la cual puede consistir en:

a).- Prenda, que de conformidad con el artículo 2856 del Código Civil, es el contrato en virtud del cual se constituye un derecho real sobre un bien mueble enajenable, para garantizar el cumplimiento de una obligación y su preferencia en el pago.

b).- Fianza: Contrato de garantía en virtud del cual una persona llamada fiador, se obliga a pagar al acreedor si el deudor de la obligación no lo hace. (artículo 2794 del Código Civil)

c).- Aval: El aval puede definirse como la obligación personal, y accesoria y de naturaleza puramente cambiaria (solo hay aval en los documentos cambiario) que un tercero ajeno al título, o alguno de sus propios signatarios, presta directa y de manera exclusiva a favor de alguno de éstos, destinada a garantizarle al beneficiario que parte o la totalidad de su valor literal será pagado, para lo cual el quien lo presta compromete, incluso, la totalidad de su patrimonio.⁴⁸

⁴⁸ Dávalos Mejía, Carlos Felipe; Titulos y Contratos de Crédito, quiebras; Tomo I, "Titulos de Crédito"; Ed. Harla, 2ª edición; página 91.

d).- Hipoteca: Es el contrato por virtud del cual se constituye un derecho real sobre bienes enajenables que no se entregan al acreedor, para garantizar con su valor el cumplimiento de una obligación y su preferencia en el pago. (Definición entresacada de los artículos 2893, 2894 y 2895).⁴⁹

Las garantías de prenda, finaza o aval, generalmente se otorgan cuando se tratan de bienes muebles o servicios, en tanto que la hipoteca, garantía fiduciaria o fianza se otorgan cuando se trata de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios.

3.- FORMAS DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

3.1. NATURAL.

La relación contractual entre ambas partes concluye, cuando habiendo transcurrido el plazo señalado en el contrato de autofinanciamiento, el consumidor ha cubierto el total del valor del bien o servicio contratado, así como sus demás cuotas adicionales.

⁴⁹ Pérez Fernández del Castillo Bernardo, op. cit. página 347.

3.2. CESIÓN DE DERECHOS

Habrá cesión de derechos cuando el acreedor transfiera a otro los que tenga contra su deudor (artículo 2029 del Código Civil).

El consumidor puede ceder los derechos y obligaciones derivados del contrato de adhesión previa autorización, que por escrito, haga a la empresa de autofinanciamiento (NOM-143-SCFI-2000, punto 4.9).

La cesión únicamente puede realizarse cuando el integrante se encuentre al corriente en el pago de sus cuotas periódicas totales; y no se trate de un consumidor al que ya se le haya adjudicado el bien o servicio.

La empresa de autofinanciamiento deberá de dar contestación a la solicitud hecha por el consumidor, pues en caso de no hacer ninguna manifestación en cualquier sentido, se entenderá que aquel fue aceptado, en cuyo caso el nuevo integrante deberá de cubrir la cuota única de inscripción y la cuota periódica total correspondiente.

Una vez hecho lo anterior, el nuevo integrante adquiere todos y cada uno de los derechos y obligaciones derivados del contrato.

3.3. RENUNCIA O CANCELACIÓN.

Cualquiera de las partes mediante escrito podrá, dentro de los siguientes 5 días hábiles contados a partir de la fecha de firma del contrato, darlo por terminado o cancelarlo, sin responsabilidad alguna. En este caso la empresa deberá devolver dentro de los 25 días naturales siguientes a la notificación, el importe íntegro de los pagos realizados a la fecha. (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.7).

El integrante no adjudicado podrá cancelar anticipadamente el contrato de autofinanciamiento, en cuyo caso, la empresa le devolverá, en un plazo que no podrá ser mayor a 30 días naturales contados a partir de la notificación, el monto a valor histórico del total de las aportaciones periódicas pagadas a la fecha, menos una pena convencional, equivalente al importe que para tal caso fije la empresa.

3.4. RESCISIÓN.

La empresa podrá rescindir el contrato de adhesión por falta de pago de dos o más cuotas periódicas totales en su conjunto, por parte del consumidor. En este caso la empresa le devolverá, en plazo máximo de 60 días naturales

siguientes a la notificación, el monto total de las aportaciones periódicas pagadas por el consumidor, menos la cantidad que se hubiere fijado como pena convencional (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.9).

En el caso de que haya sido el adjudicado el que dejase de pagar dos o más cuotas periódicas totales, la empresa además del derecho a rescindir el contrato, podrá optar por dar por vencido anticipadamente el total de las cuotas periódicas adeudadas por el adjudicatario y ejercitar la acción que crea conveniente, a fin de obtener su cobro.

En el caso de que los consumidores (integrantes o adjudicados), se constituyan en mora, cubrirán a favor de la empresa, cuando así se pacte en el contrato, los intereses que sobre las cuotas periódicas totales atrasadas se generen.

El consumidor integrante podrá rescindir el contrato, cuando la empresa no haya cumplido con su obligación de hacerlo participar dentro del término de 60 o 120 días naturales, en la primera reunión de adjudicación.

El consumidor adjudicado podrá rescindirlo, cuando la empresa no le haya entregado el bien o servicio objeto del autofinanciamiento dentro del término de 25 días contados a partir de la fecha en que cumplió con las garantías y los requisitos señalados en el contrato.

Cuando se cancele o rescinda el contrato de autofinanciamiento y el proveedor no devuelva el dinero al consumidor dentro de los plazos previstos para cada caso, la empresa deberá pagarle al consumidor un interés moratorio calculado sobre la cantidad a devolver, sobre el número de días que transcurran entre la fecha en que debió devolverle el dinero y la fecha en que se realice el pago. Dicho interés será el mismo que aplique la empresa en el periodo por mora en el pago de las cuotas periódicas totales del consumidor adjudicado.

EL FIDEICOMISO.

La Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, en su artículo 346 señala que, en virtud del fideicomiso, el fideicomitente destina ciertos bienes a un fin lícito determinado, encomendando la realización de ese fin a una institución fiduciaria.

Erick Carballo Yáñez⁵⁰, dice que por virtud del contrato de fideicomiso, una persona que se denominará fideicomitente, entrega bienes o derechos a

⁵⁰ Carballo Yáñez, Erick; Nuevo Derecho Bancario y bursátil; Ed. Porrúa; 4ª edición; México, 1999; página 129.

otra que se denominará fiduciaria, para que ésta los administre y realice con ellos el cumplimiento de finalidades lícitas determinadas y posibles; una vez que éstos sean cumplidos, destine los bienes, derechos y provechos aportados y los que hayan generado a favor de otra persona que se denomina fideicomisario, que puede ser el propio fideicomitente.

La razón por la cual creo conveniente hacer un breve análisis de esta figura jurídica, es porque cualquier empresa que comercialice con sistemas de autofinanciamiento, debe celebrar un contrato de fideicomiso de administración con las instituciones autorizadas por la ley para realizar este tipo de operaciones, toda vez que la empresa de autofinanciamiento, no puede captar recursos del público por prohibición expresa de la ley, pues como ya quedó explicado anteriormente, el objeto social de ésta, es la comercialización de bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Los elementos personales que intervienen en el contrato de fideicomiso son el fideicomitente, el fiduciario y el fideicomisario.

a).- Fideicomitente: Es la persona que aporta los bienes y/o derechos al contrato de fideicomiso. Que en el contrato de autofinanciamiento, sería el consumidor.

b).- Fiduciario: Es el que administra los bienes del contrato y verifica se cumplan los fines para los cuales fue constituido.

El fiduciario sólo puede ser una Institución de Crédito, una Sociedad Nacional de Crédito (artículo 350 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito), o una Casa de Bolsa (artículo 22 fracción IV, inciso d, de la Ley del Mercado de Valores).

La Institución fiduciaria para efectos del contrato de autofinanciamiento, tendrá a su cargo la administración de los recursos del fondo común, destinado a la adquisición de los bienes y servicios contratados.

c).- El fideicomisario: Es el beneficiario del contrato, pudiendo ser el propio fideicomitente o un tercero que éste designe, siempre que sea persona física o moral con capacidad para recibir el provecho que el fideicomiso implica.

En el contrato de autofinanciamiento, el fideicomisario es el propio consumidor que integra el grupo, y como tal, recibirá los beneficios de la administración del fondo común.

SEGUROS.

La Ley Sobre el Contrato de seguro, en su artículo 1º, señala que por el contrato de seguro, la empresa aseguradora se obliga mediante una prima, a resarcir un daño o a pagar una suma de dinero al verificarse la eventualidad prevista en el contrato.

El seguro tiene una íntima relación con el contrato de autofinanciamiento, ya que al momento de celebrarse el contrato adhesión, el proveedor (empresa de autofinanciamiento) debe contratar por cuenta y a nombre del consumidor, cuando éste sea persona física, un seguro de vida e incapacidad permanente total (de conformidad con la legislación aplicable), que cubra al menos en forma proporcional, el precio del bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto del autofinanciamiento, y cuyo destino pretende, en su caso, sea cubrir las cuotas periódicas totales con vencimiento posterior a la fecha en que ocurra el siniestro (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.1). De ahí la importancia de su estudio en este capítulo.

SEGURO DE VIDA E INCAPACIDAD PERMANENTE TOTAL.

El seguro de vida e incapacidad permanente total debe de estar vigente desde la fecha del primer acto de adjudicación en que participe el consumidor,

y hasta la conclusión del plazo contratado, o bien, hasta que se finiquite la operación, lo que ocurra primero.

En caso de que el consumidor sufra de incapacidad permanente total, o fallezca durante la vigencia del contrato de autofinanciamiento, surtirá efectos la adjudicación directa a favor del integrante o de sus beneficiarios, señalados por éste en el contrato, debiendo la compañía de seguros liquidar las cuotas periódicas totales con vencimiento posterior a la fecha de realización del siniestro, que deba el integrante-adjudicatario (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.1. segundo párrafo).

La empresa de autofinanciamiento debe proporcionar al consumidor, a la firma del contrato, el nombre o denominación de la compañía aseguradora; la cobertura y vigencia del seguro, especificar la suma asegurada; el costo y forma de pago de la prima; el procedimiento a seguir en caso de siniestro; y la demás información que la compañía aseguradora proporcione en sus condiciones generales de seguro. (NOM-143-SCFI-2000, punto 5.5.).

La NOM-143-SCFI-2000 en su punto 6.3.1.3, establece que si la empresa de autofinanciamiento omite contratar el seguro de vida o de incapacidad permanente total, sin causa justificada, deberá de hacer frente al siniestro y cubrir el total del precio que tenga el bien mueble o inmueble

contratado; sin embargo si existe causa justificada que le impida a la empresa contratar este seguro, deberá notificar por escrito al consumidor esta circunstancia, cuando menos 10 días hábiles antes de la fecha señalada para la celebración del acto de adjudicación.

SEGURO CONTRA DAÑOS

Para la entrega física y legal del bien (mueble o inmueble) objeto del autofinanciamiento, el integrante adjudicado deberá contar con un seguro contra los daños que el bien pudiera sufrir, con una vigencia o prórroga obligatoria para todo el periodo en que se adeude parte del precio.

El destino preferente de este seguro será cubrir las cuotas periódicas totales posteriores a la fecha en que se verifique el siniestro. (NOM-143-SCFI-2000, punto 6.3.5.).

Los ramos que comprende el seguro contra daños, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 7 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros, son los siguientes:

- a).- Responsabilidad civil y riesgos profesionales;
- b).- Marítimo y transportes;
- c).- Incendio;
- d).- Agrícola y de animales;

- e).- Automóviles;
- f).- Crédito;
- g).- Diversos;
- h).- Terremotos y otros riesgos catastróficos; y
- i).- Los especiales que declare la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El ramo y la cobertura del seguro contra daños dependen de las características del bien mueble o inmueble que se haya adjudicado.

Al momento de la adjudicación, la empresa de autofinanciamiento ofrecerá al adjudicatario tres opciones distintas de compañías de seguros, junto con las tarifas que éstas cobren por la cobertura del seguro contra daños, y una vez que el consumidor, vía escrito, haya elegido a la Institución de Seguros deseada, la empresa de autofinanciamiento contratará a nombre y por cuenta de éste dicho seguro contra daños. El proveedor puede incorporar las parcialidades del importe de dicho seguro a las cuotas periódicas totales, restantes a cubrir.

En caso de verificarse el siniestro pactado en el contrato de seguros, la Compañía de Seguros, cubrirá las cuotas que el consumidor tuviera pendientes por cubrir.

4.- LIMITACIONES A LA LIBERTAD CONTRACTUAL.

El Profesor Ramón Sánchez Medal⁵¹, hace la distinción entre la libertad de contratar (que es la libertad que tiene cualquier persona para celebrar o no un determinado contrato, o bien para escoger a la persona con quien va a celebrarse el contrato), y la libertad contractual (la facultad de celebrar un contrato sin limitaciones en cuanto a la forma y a su contenido).

Esta claro que en lo referente al contrato de autofinanciamiento, el consumidor tiene la libertad de contratar o no este tipo de servicio de administración, así como la libertad de elegir a la empresa de autofinanciamiento que decida, sin que medie ninguna presión o coacción para hacerlo.

La libertad contractual se encuentra consignada en nuestro derecho civil, tanto por lo que hace a la forma (artículos 1832 y 2014 del Código Civil), como por lo que toca al fondo (artículos 1839 y 1858 del Código Civil) del contrato.⁵²

⁵¹ Sánchez Medal, Ramon; op. cit., página 5.

⁵² Ibidem; página 12.

Sin embargo esta libertad contractual no impera en el contrato de autofinanciamiento, como si lo hace en otro tipo de contratos, ya que la forma y el fondo o contenido de éste, no se deja al arbitrio de las partes, debido a que se trata de un contrato de adhesión elaborado por una empresa que ofrece un servicio al público, y acarrearía abusos de su parte de no existir una regulación y vigilancia por parte del Estado.

Las dos autoridades encargadas de la regulación, verificación y vigilancia de las relaciones contractuales que se deriven de la prestación de servicios de administración de los sistemas de autofinanciamiento, a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, son la Secretaría de Economía (anteriormente llamada Secretaría de Comercio y Fomento Industrial)⁵³ y la Procuraduría Federal del Consumidor (artículos 19 y 24 de la LFPC).

La Ley Federal de Protección al Consumidor es una de las principales disposiciones que limitan la libertad contractual en este tipo de contratos de adhesión, celebrados con motivo de los sistemas de autofinanciamiento.

⁵³ Reformas a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 30 de noviembre del año 2000.

Así tenemos que de acuerdo a lo dispuesto por su artículo 90, no serán válidas y se tendrán por no puestas las cláusulas de los contratos de adhesión cuando:

- I.- Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;
- II. Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;
- III. Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;
- IV. Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;
- V. Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y
- VI. Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta Ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

Como el consumidor se encuentra en el mercado antes de celebrar la operación de autofinanciamiento, se hace necesario protegerlo durante el periodo de oferta o publicidad. Al respecto la Ley establece una serie de obligaciones a los proveedores relacionadas con la información y la publicidad del servicio que presta.

Así pues, la información o publicidad relativa a bienes y servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberá ser veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud (artículo 32 LFPC).

El Proveedor está obligado a entregar el bien o a suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegadas, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito por el consumidor (artículo 42 de la LFPC).

El contrato de adhesión (contrato de autofinanciamiento), como ya se mencionó se encuentra sujeto a lo dispuesto por la LFPC en sus artículos 85 a 90, pero también encuentra su regulación específica en la Norma Oficial Mexicana, NOM-143-SCFI-2000, y en el Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores.

Dentro de las principales características que destacan a este tipo de contrato, es que debe de constar por escrito y estar registrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

El Registro de los contratos de autofinanciamiento se realiza de la siguiente manera:

La Procuraduría se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo dispuesto por la Norma NOM-143-SCFI-2000, su Reglamento y a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Hecho lo anterior emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

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

En conclusión podemos señalar los siguientes puntos:

- La finalidad de los sistemas de autofinanciamiento es la adquisición de bienes muebles, bienes inmuebles y servicios, adquisición que únicamente puede hacerse a través de los procedimientos de adjudicación pactados en el contrato.

- Los procedimientos de adjudicación más comunes, que se utilizan para la adquisición de los bienes y servicios objeto del autofinanciamiento son: La adjudicación directa, la adjudicación por antigüedad o permanencia,

la adjudicación por puntuación o porcentaje, la adjudicación por sorteo y la adjudicación por subasta.

- Los grupos de consumidores que se forman con motivo de los sistemas de autofinanciamiento, cuyo objeto sea la adquisición de bienes muebles o servicios no inmobiliarios, se integran por un número máximo de consumidores de 180, y su vigencia no puede exceder de los 5 años.

- Los grupos de consumidores que se forman con motivo de los sistemas de autofinanciamiento, cuyo objeto sea la adquisición de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, se integran por un número máximo de 600 consumidores, y su vigencia no puede exceder de 20 años.

- La aportación periódica que realiza el integrante del grupo, varía durante la vigencia del contrato, debido a la actualización que le hace la empresa administradora de autofinanciamiento.

- El contrato de autofinanciamiento tiene una íntima relación con dos contratos: El contrato de fideicomiso y el contrato de seguro.

- A diferencia de otros contratos, en el contrato de autofinanciamiento la libertad contractual se encuentra limitada por la ley.

- La relación contractual derivada de los sistemas de autofinanciamiento puede concluir por cancelación o renuncia de alguna de

las partes; por rescisión; por cesión de derechos por parte del integrante de grupo; o bien por haber concluido el plazo establecido para su vigencia.

CAPÍTULO CUARTO

DIFERENCIAS Y SIMILITUDES DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO CON OTRAS FIGURAS AFINES.

1.- DIFERENCIAS Y SIMILITUDES CON EL CONTRATO DE COMPRAVENTA MERCANTIL.

Habrá compraventa, según lo dispuesto por el artículo 2248 del Código Civil, cuando uno de los contratantes se obliga a transferir la propiedad de una cosa o de un derecho y el otro a su vez se obliga a pagar por ellos un precio cierto y en dinero.

Será mercantil la compraventa, de acuerdo a lo señalado por el artículo 371 del Código de Comercio; aquella a la que el mismo código le dé tal carácter, así como todas las compraventas que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar.

El Profesor Arturo Díaz Bravo⁵⁴, señala que las compraventas pueden ser mercantiles:

⁵⁴ Díaz Bravo Arturo; Contratos mercantiles; Ed. Harla; 6ª edición; México, 1998; página 72.

a).- Por el fin, esto es, cuando se realizan con el propósito de especulación comercial, sin que importen los sujetos ni el objeto sobre el que recaigan (artículo 75 fracción I y II del Código de Comercio);

b).- Por el sujeto, en cuyo caso se encuentran las celebradas por ciertas empresas mercantiles, (artículo 75, fracciones V, VII, IX, X, XXIII del Código de Comercio);

c).- Por el objeto sobre el que recaigan; aquí el tinte de mercantilidad no resulta de fin ni de los objetos, sino de las cosas o derechos cuya propiedad se trate de transferir, que pueden ser acciones u obligaciones de sociedades mercantiles (fracción III), títulos de crédito (fracción IV), etcétera.

Forma surgida y evolucionada del trueque, la compraventa se mantiene como el más importante de los contratos; ello no es de extrañar, por cuanto configura el mecanismo más ágil y sencillo para adquirir el pleno dominio de cualquier satisfactor.⁵⁵

Los consumidores, al escuchar la palabra autofinanciamiento, la asimilan de inmediato con un medio más para comprar o adquirir determinados productos, así pues, no se puede negar que la finalidad de los sistemas de autofinanciamiento a que hace referencia el artículo 63 de la LFPC, es la

⁵⁵ Ibidem; página 70.

adquisición por parte de los consumidores de determinados bienes y servicios. Esto es, que a través de los sistemas de autofinanciamiento el consumidor puede adquirir al dominio de bienes muebles, bienes inmuebles o la prestación de un servicio, lo cual lo asemeja a la figura de la compraventa, sin embargo, el contrato por el cual se formalizan estos sistemas de autofinanciamiento, encuentra un sin número de diferencias con el contrato de compraventa mercantil, principalmente en cuanto a dos aspectos fundamentales; que son; en cuanto a su objeto y en lo referente a su finalidad, por ende, no pueden ser considerados contratos semejantes.

El objeto jurídico indirecto del contrato de compraventa consiste según Bernardo Fernández Pérez del Castillo⁵⁶ en una obligación de dar: “Para una de las partes la cosa vendida, para la otra el precio cierto y en dinero”, mientras que el objeto jurídico indirecto en el contrato de autofinanciamiento, es la prestación de un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento, por parte de una empresa, quien tiene a su cargo la obligación de realizar varios actos consecutivos, con la finalidad de que los integrantes del grupo de consumidores adquieran el bien o servicio contratado

⁵⁶ Pérez Fernández del Castillo, Bernardo; op. cit. página 86.

En este orden de ideas, la finalidad directa de la compraventa, es la transferencia de la propiedad de una cosa, mientras que en el contrato de autofinanciamiento esta finalidad se traduce en el hecho de ingresar y formar parte de un sistema de autofinanciamiento, que será administrado por la empresa.

Por lo tanto se puede afirmar que la compraventa o la adquisición del bien o servicio en el contrato de autofinanciamiento, es la consecuencia de haber obtenido el autofinanciamiento, es decir, de haber ingresado a un grupo de consumidores y haber cumplido cabalmente los procedimientos señalados para su adjudicación en el contrato de adhesión, pero no es la consecuencia directa de haber celebrado el contrato de autofinanciamiento, ya que como se ha mencionado, su finalidad es la de poder ingresar a un grupo de consumidores para formar parte de un sistema de autofinanciamiento.

En cuanto a los elementos personales que intervienen en ambos contratos encontramos otra diferencia, ya que el vendedor y la empresa de autofinanciamiento son figuras que no guardan ninguna semejanza entre sí.

El vendedor puede ser cualquier persona (física o moral), pero la empresa de autofinanciamiento sólo puede ser una persona moral, que se

constituya como una sociedad mercantil y cuyo objeto social sea la comercialización de sistemas de autofinanciamiento.

El vendedor es el que tiene el dominio de la cosa susceptible de ser enajenada, mientras que la empresa de autofinanciamiento, que a simple vista podría parecer la propietaria del bien, no reúne esta característica, toda vez que sólo presta un servicio de administración, y su función no es la de vender bienes y servicios, para ello contacta a un distribuidor, quien es la persona que entrega el bien o presta el servicio al integrante de grupo que resulta adjudicado.

Como se puede observar en el contrato de autofinanciamiento el distribuidor-vendedor, es una persona ajena, que no forma parte del mencionado contrato de autofinanciamiento, pues únicamente tiene la obligación frente a la empresa de autofinanciamiento, de entregar el bien al integrante de grupo que ésta le indique.

Otra característica que posee el contrato de autofinanciamiento y que lo diferencia del contrato de compraventa mercantil, es que tiene una íntima relación con el contrato de fideicomiso y el contrato de seguro, los cuales son indispensables y casi obligatorios para el buen funcionamiento del sistema de autofinanciamiento contratado, pues así lo requiere la NOM-143-SCFI-2000 y

el Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, mientras que para el contrato de compraventa la celebración de los contratos anteriormente señalados, es opcional.

El contrato de autofinanciamiento no es una compraventa con reserva de dominio, porque aun cuando el consumidor que ha resultado adjudicado, sigue cubriendo hasta la total conclusión de la vigencia del contrato de autofinanciamiento sus cuotas periódicas totales (que incluyen el pago parcial del bien o servicio adjudicado), las realiza como resultado de su obligación consistente en contribuir periódicamente al fondo común que se integró para la adquisición de bienes y servicios (como ya se explicó en el capítulo tercero, de esta aportación depende el cabal funcionamiento de los sistemas de autofinanciamiento). Es el fondo común de donde emana la cantidad con la cual se cubre el precio del bien que recibirá el consumidor adjudicado.

Por lo tanto si la compraventa con reserva de dominio se caracteriza porque la transmisión de la propiedad esta sujeta a una condición, que es el pago posterior del precio de la cosa, en el contrato de autofinanciamiento se liquida de contado al distribuidor del bien contratado, y no existe adeudo pendiente que cubrir.

Podría seguir señalando más diferencias entre estos dos contratos, pues se trata de actos totalmente distintos, sin embargo, se puede concluir que las diferencias de mayor trascendencia son las siguientes:

- El objeto de cada contrato es totalmente diferente, mientras que en el contrato de compraventa mercantil, el objeto jurídico indirecto es una obligación de dar, consistente en la entrega de la cosa y el pago por la misma, en el contrato de autofinanciamiento, el objeto jurídico indirecto es una prestación de hacer, consistente en prestar un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento por una parte, y el pago de las aportaciones periódicas por la otra.

- La finalidad que se persigue en la compraventa mercantil, es la transmisión del dominio de una cosa, mientras que en el contrato de autofinanciamiento es la de ingresar a un sistema de autofinanciamiento, con el propósito de adquirir con posterioridad un bien o la prestación de un servicio.

- La empresa de autofinanciamiento, no reúne la característica de vendedor, pues aun cuando aquella ofrece al público la posibilidad de adquirir bienes y servicios a través de sistemas de autofinanciamiento, no es

propietaria ni tiene el dominio de los mismos, toda vez que su labor se limita exclusivamente a administrar dichos sistemas de autofinanciamiento, y la venta y entrega de los bienes se da a cargo de un distribuidor, cuya función si es la venta de bienes.

- El contrato de autofinanciamiento no es una especie ni modalidad de la compraventa, porque en la compraventa, la transmisión de la propiedad se da inmediatamente, al momento de la celebración del acto jurídico, y en el contrato de autofinanciamiento esta transmisión de la propiedad, es una consecuencia de haber cumplido previamente los lineamientos señalados en el contrato de adhesión, pues se producen con posterioridad al momento en que se perfeccionó el contrato.

Las únicas semejanzas que existen entre estos dos contratos, son en cuanto a su clasificación jurídica: Ambos contratos son bilaterales, onerosos, conmutativos, principales, mercantiles y consensuales en oposición a los reales.

2.- DIFERENCIAS Y SIMILITUDES CON EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO.

Javier Arce Gargollo⁵⁷ define al arrendamiento financiero como “el contrato por el que la arrendadora financiera se obliga a adquirir un bien y a conceder su uso a la arrendataria, quien se obliga a pagar un precio cierto, determinado o determinable, en pagos periódicos durante un plazo forzoso a ambas partes, a la llegada del cual, o anticipadamente, la arrendataria deberá ejercitar la opción para la adquirir el bien, prorrogar el contrato o participar en la venta del bien a un tercero”.

El contrato de arrendamiento financiero puede llegar a confundirse con el contrato de autofinanciamiento, porque en ambos aparece el término financiamiento, actividad que predomina en ambas figuras jurídicas, pues existen aportaciones en dinero, realizadas por las partes que intervienen en cada contrato, sin embargo el destino que se le da a esas aportaciones en cada contrato es totalmente distinto.

⁵⁷ Arce Gargollo Javier; Contratos mercantiles atípicos; Ed. Porrúa; 6ª edición; México 1999; página 189.

Quien opta por celebrar un contrato de arrendamiento financiero, lo hace con la intención de poder utilizar un bien - que le es indispensable para la consecución de su empresa o industria -, sin la necesidad de desembolsar el precio total de éste, lo cual le resulta ventajoso, pues hace uso del bien durante la vida útil del mismo pagando a la arrendadora financiera una especie de renta durante la vigencia del contrato, con la opción de que a la conclusión del contrato, se podrá elegir entre adquirir el bien, prorrogar el contrato, o participar en la venta del citado bien a un tercero.

Por otro lado, quien opta por celebrar un contrato de autofinanciamiento lo hace con la intención de ingresar a un sistema de autofinanciamiento, para posteriormente obtener o adquirir un bien o servicio.

Por lo tanto, la finalidad en el contrato de arrendamiento financiero es obtener por parte del arrendatario, únicamente el uso temporal de un bien, mientras que en un sistema de autofinanciamiento, la finalidad es adquirir por parte del consumidor el dominio o propiedad de un bien, u obtener la prestación de un servicio, diferencia contundente para señalar que ambos contratos no pueden ser considerados contratos semejantes.

Ahora bien, sin que sea óbice para lo indicado con anterioridad, el hecho de que exista una opción para el arrendatario de adquirir el bien dado en

arrendamiento, una vez que concluya su vigencia (artículo 25 de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito LGOAAC), no lo asemeja con el de autofinanciamiento, ya que ésta opción es sólo una de las hipótesis que pueden realizarse al concluir el contrato de arrendamiento financiero, pues de acuerdo con el precepto antes citado tiene otras dos opciones - participar en la venta del bien o prorrogar el uso del contrato por otro periodo-, circunstancia que no se da en los sistemas de autofinanciamiento, pues en ellos siempre se persigue la adquisición del bien de parte de los consumidores.

Otra diferencia la encontramos en el mecanismo que sigue cada uno de ellos. En el contrato de autofinanciamiento se requiere la presencia y participación de un número determinado de consumidores, para la formación de un grupo y de un fondo común, que es la base del funcionamiento de los sistemas de autofinanciamiento, pues de las aportaciones que realizan los integrantes del grupo al fondo común se adquirirá el bien o servicio contratado, es decir, se requiere necesariamente de un grupo y de un fondo común para poder adquirir el bien o servicio.

El mecanismo en el contrato de arrendamiento financiero, es completamente distinto; en primer lugar no se requiere de la participación de

varias personas, ya que no se basa en la integración de grupos para poder realizar su operación, pues basta que un comerciante o empresario celebre el contrato de arrendamiento financiero, para que comience inmediatamente a disfrutar el bien dado en arrendamiento financiero; en segundo lugar, el arrendatario le indica a la arrendadora financiera, cual es el bien que desea utilizar. La arrendadora adquiere el bien con el único fin de permitir su uso y disfrute al arrendatario, quien lo recibe en estos términos y cubre durante un periodo, que es equivalente al de vigencia del contrato, un precio en dinero, que incluye el valor de adquisición del bien, las cargas fiscales y los demás accesorios.

Por ende, en el contrato de arrendamiento financiero, la empresa adquiere el bien elegido por el arrendatario, con sus propios recursos (aunque en algunos casos, ella misma es la fabricante y distribuidora del bien), mientras que la empresa de autofinanciamiento, no se desprende de ninguna cantidad de dinero para adquirir el bien, pues éste se compra como ya se indicó, con el propio dinero que los consumidores aportan al fondo común.

Ahora bien, en ambos contratos, tanto el proveedor en el contrato de autofinanciamiento, como la arrendadora financiera, en el contrato de arrendamiento financiero, son personas morales constituidas como sociedades

mercantiles, que requieren de la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para realizar cada una de sus actividades, sin embargo, aun cuando ambas partes en cada uno de sus contratos sean empresas, cada una de ellas debe de cumplir distintos requisitos.

La empresa de arrendamiento financiero por realizar una actividad auxiliar de crédito, además de constituirse conforme a lo dispuesto por la Ley General de Sociedades Mercantiles, debe cumplir los lineamientos contenidos en el artículo 8 de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito. Por su parte la empresa de autofinanciamiento, como se indicó en capítulos anteriores, debe cumplir con lo señalado en la NOM-143-SCFI-2000 y su multicitado reglamento.

Las semejanzas que tienen estos dos contratos, se resumen en que ambos son mercantiles, bilaterales, onerosos, de tracto sucesivo, principales, formales, conmutativos y de adhesión.

En lo referente a que son contratos formales y de adhesión, es importante señalar los siguientes puntos:

a).- Aun cuando los son contratos formales, la forma en cada contrato es distinta, ya que el contrato de autofinanciamiento sólo debe de constar por escrito, mientras que en el contrato de arrendamiento financiero además de

reunir este requisito, deberá ratificarse ante notario, corredor público o cualquier otro fedatario público (artículo 25 de la LGOAAC y artículo 15 del Código Fiscal).

b).- Las cláusulas que integran cada contrato son elaboradas e impuestas por una de las partes (empresa de autofinanciamiento y arrendadora financiera), sin embargo el contrato de autofinanciamiento requiere de la aprobación y registro de la Procuraduría Federal del Consumidor, mientras que el contrato de arrendamiento financiero no debe cumplir con este requisito, aun cuando se le clasifica como un contrato de adhesión.

En conclusión se puede señalar que el contrato de autofinanciamiento y el contrato de arrendamiento financiero guardan entre sí más diferencias que semejanzas, por lo cual las puntualizaremos de la siguiente manera:

- La finalidad que se persigue en el contrato de arrendamiento financiero, es obtener por parte del arrendatario, únicamente el uso temporal de un determinado bien, mientras que la finalidad del consumidor en el contrato de autofinanciamiento es ingresar a un sistema de autofinanciamiento, para obtener o adquirir el dominio o propiedad de un bien u obtener la prestación de un servicio.

- En el contrato de arrendamiento financiero, el arrendatario sólo disfruta del uso de bien, y la ley le da la oportunidad de elegir entre tres opciones a la conclusión del mismo, circunstancia que no opera en el contrato de autofinanciamiento, ya que a su conclusión, el consumidor, si cumplió con sus obligaciones, adquiere la propiedad del bien, y no cuenta con las opciones que existen en el contrato de arrendamiento financiero.

- La arrendadora financiera adquiere con sus propios recursos el bien que da en arrendamiento, mientras que la empresa de autofinanciamiento no se desprende de ninguna cantidad de dinero para adjudicar el bien al consumidor, ya que éste se adquiere con los propios recursos aportados por los integrantes del grupo al fondo común.

- Aun cuando la arrendadora financiera y la empresa administradora de autofinanciamiento estén constituidas como sociedades mercantiles, ninguna puede realizar a su vez ambas operaciones (de arrendamiento financiero y de administración de sistemas de autofinanciamiento), toda vez que las disposiciones que rigen a cada una de ellas, son completamente diferentes. La primera se rige por lo dispuesto por la LGOAAC; la segunda por lo dispuesto por la NOM-143-SCFI-2000 y su reglamento.

- Los mecanismos que manejan cada uno de los contratos, son totalmente distintos: En el arrendamiento financiero el empresario o comerciante acude con la arrendadora financiera para señalarle cual es el bien que desea utilizar. La arrendadora financiera adquiere el bien y se lo da en arrendamiento al arrendatario, quien paga durante la vigencia del contrato una especie de renta; en cambio, los sistemas de autofinanciamiento funcionan mediante la integración de grupos de consumidores, quienes aportan periódicamente cantidades en dinero para formar un fondo común, que servirá para la adquisición de bienes o prestación de servicios, adquisición que sólo se puede obtener a través de los medios de adjudicación previstos en el contrato.

- Ambos contratos son onerosos, bilaterales, conmutativos, mercantiles, principales, formales, de adhesión y de tracto sucesivo.

- Otra característica semejante que tienen el contrato de arrendamiento financiero y el contrato de autofinanciamiento, es que ambos tienen una íntima relación con el contrato de seguro, ya que tanto el artículo 34 de la LGOAAC y el punto 6.3.1 de la NOM-143-SCFI-2000, que regulan respectivamente a cada contrato, imponen la obligación a las partes de contar con un seguro durante la vigencia del contrato, con la finalidad de que en caso

de producirse el siniestro, la compañía aseguradora cubra los daños o pagos pendientes.

3.- SIMILITUDES Y DIFERENCIAS CON EL CONTRATO DE COMISIÓN MERCANTIL.

El mandato aplicado a actos concretos de comercio se reputa comisión mercantil, dice el artículo 273 del Código de Comercio.

Como el artículo anterior nos menciona al contrato de mandato, es necesario remontarnos a la definición que proporciona el artículo 2546 del Código Civil, el cual señala “mandato es un contrato por el que el mandatario se obliga a ejecutar por cuenta del mandante los actos jurídicos que éste le encarga”.

Para el Profesor Oscar Vázquez del Mercado⁵⁸ la comisión, es un contrato por el cual una parte encarga a otra la conclusión de uno o más negocios por su cuenta de naturaleza mercantil. Hay comisión cuando el acto que se va a realizar es un contrato de comercio.

⁵⁸ Vázquez del Mercado Oscar; op. cit.; página 166.

En consecuencia, podemos decir que el contrato de comisión, es un mandato particular, restringido, que sólo tiene por objeto actos de comercio.

En nuestro Derecho Mercantil, los actos de comercio se encuentran catalogados en una serie de actos a los que el Código de Comercio y diversas leyes complementarias les otorgan tal carácter.

El catálogo de los actos de comercio, dice Mantilla Molina⁵⁹ se encuentra, principal, pero no exclusivamente en el artículo 75 del Código de Comercio.

Así también encontramos declaraciones sobre la mercantilidad de determinados actos en el artículo 1º de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, en la Ley de Instituciones de Fianzas, y en otros ordenamientos que regulan materias de carácter económico.⁶⁰

Las partes que intervienen en el contrato de comisión mercantil son: El comitente y el comisionista. Es comitente el que confiere comisión mercantil, y comisionista el que la desempeña.

⁵⁹ Mantilla Molina Roberto L.; op. cit. página 59.

⁶⁰ De Pina Vara Rafael; op. cit.; página 25.

El comisionista es un sujeto auxiliar en el comercio, cuya actividad consiste en realizar operaciones de carácter mercantil, por hacerlo a su propio nombre.⁶¹

Como ya se asentó durante el desarrollo del presente trabajo, el consumidor al momento de firmar el contrato de autofinanciamiento está contratando un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento, y aun cuando su finalidad sea la adquisición de bienes o la prestación de un servicio, pues estos satisfactores son los que la empresa de autofinanciamiento le ofrece, no puede adquirirlos sino mediante dicho sistema de autofinanciamiento.

Ahora bien, como la función de administración participa de la naturaleza del mandato, la comisión mercantil, por ser una especie de mandato, tiene una relación y semejanza estrecha con el contrato de autofinanciamiento, sin que por esto llegué a considerarse al contrato de autofinanciamiento como una comisión mercantil.

⁶¹ Vásquez del Mercado, Oscar; op. cit., página 165.

No se puede negar que ambos contratos tienen el mismo objeto en común, pues en los dos se realiza una prestación de servicios, sin embargo esta prestación de servicios es completamente distinta en cada uno de ellos.

En el contrato de comisión mercantil, el comisionista ejecuta, por encargo del comitente, ciertos actos concretos de comercio, y en el contrato de autofinanciamiento realiza ciertos actos de organización y control de un sistema de comercialización basados en la integración de grupos de consumidores, llamado sistema de autofinanciamiento.

En el momento en que el consumidor celebra el contrato de autofinanciamiento, autoriza a la empresa administradora, para que por cuenta y a su nombre contrate un seguro de vida, situación que podría encuadrar en el supuesto contenido por el artículo 273 del Código de Comercio, pues la empresa realiza por cuenta y a nombre del consumidor un acto de comercio (contratarle un seguro de vida).

De acuerdo a estas circunstancias podría suponerse que el contrato de autofinanciamiento es una especie de comisión mercantil, sin embargo, existen varias diferencias que confirman lo contrario y que a continuación se explican:

- En la comisión mercantil quien indica los actos de comercio que debe realizar el comisionista es su comitente, sin embargo en el contrato de autofinanciamiento el consumidor no busca un comisionista que realice actos en su nombre, ni siquiera le encarga a la empresa de autofinanciamiento que ejecute ciertos actos de comercio, ya que dicha empresa los realiza precisamente, en funciones del servicio y la comercialización de los sistemas de autofinanciamiento que ofrece al público. Por lo tanto no existe ningún encargo del consumidor a la administradora de realizar acto de comercio alguno, y los actos que realiza ésta, son esenciales e inherentes al propio mecanismo de los sistemas de autofinanciamiento.

- La comisión mercantil termina cuando concluye el negocio para el cual fue concedido, es decir, cuando el comisionista realiza el encargo que le hizo el comitente. En el supuesto en que la empresa de autofinanciamiento contrata a nombre y por cuenta del consumidor el seguro de vida, el contrato de autofinanciamiento no termina, pues ambas partes continúan realizándose recíprocas prestaciones durante la vigencia del contrato, además la empresa lo hace más por una obligación que le impone la ley (NOM-143-SCFI-2000), que por encargo expreso del consumidor, pues para éste no hay otra opción más que la de cumplir con lo que le indique dicha empresa para poder

ingresar al sistema de autofinanciamiento, por lo que hace falta un elemento importante del contrato que es el encargo por parte del comitente.

- Como ya se indicó, el contrato de autofinanciamiento es un contrato de adhesión, en el que la empresa de autofinanciamiento le impone las cláusulas al consumidor quien únicamente tiene la opción de aceptarlas o no, mientras que el contrato de comisión mercantil no se da este supuesto, porque las partes pueden discutir las cláusulas o lineamientos que van a guiar al contrato.

En consecuencia se puede inferir que en el contrato de autofinanciamiento, la empresa se encuentra autorizada por el consumidor para realizar ciertos actos a nombre y por cuenta de éste, pero que de ningún modo convierten al contrato de autofinanciamiento en una especie de comisión mercantil. Tampoco se puede negar que el contrato de adhesión hace uso de la comisión y mandato mercantil, pero siempre considerándolos como contratos independientes al contrato de autofinanciamiento.

Después de haber analizado las figuras jurídicas de compraventa mercantil, arrendamiento financiero y comisión mercantil, se puede concluir que el contrato de autofinanciamiento guarda con estas figuras, ciertas semejanzas y diferencias, lo cual resulta lógico, pues sin duda el constante

crecimiento y movimiento que ha tenido el comercio y en especial los sistemas de comercialización basados en la integración de grupos de consumidores, llamados sistemas de autofinanciamiento, han hecho que el contrato de autofinanciamiento adquiera mayor importancia.

Este contrato no encuentra ningún precedente en alguna figura jurídica en especial, pero toma características de algunas de ellas, contando además con sus propios términos y reglas para la consecución de su fin.

Para concluir, opino que el contrato de autofinanciamiento, es un contrato complejo, como complejos son los sistemas de autofinanciamiento que le dan origen. Va más allá de un simple contrato de adhesión (concepto con el cual lo maneja la ley) y que a pesar de contar en la actualidad con disposiciones que la regulan, ha pasado inadvertido para la doctrina mercantil mexicana. Sin embargo al considerarlo como una Institución Jurídica que regula una figura contractual de suma trascendencia, deberá ser analizado doctrinalmente más a fondo, dándole la importancia que reviste, reencauzándolo con la finalidad de que se conozca, y opere en el contexto de nuestra realidad y cotidianidad.

CAPÍTULO QUINTO

INTERVENCIÓN DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

1.- ESTRUCTURA DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

Antes de señalar cual es la estructura de la Procuraduría Federal del Consumidor, considero necesario hacer una breve reseña histórica de esta Institución.⁶²

El 5 de febrero de 1976 entra en vigor la Ley Federal de Protección al Consumidor y con esta acción se enriquece el conjunto de derechos sociales del pueblo mexicano, en virtud de que por primera vez se establecen derechos para la población consumidora y a partir de ese momento, se cuenta con un organismo especializado en la procuración de justicia en la esfera del consumo. Dicha ley creó dos organismos: El Instituto Nacional del Consumidor (INCO) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO),

⁶² Confrontar los antecedentes de la PROFECO en la página <http://www.profeco.gob.mx>.

esta última con carácter de organismo descentralizado de servicio social, personalidad jurídica y patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa, encargada de promover y proteger los intereses del público consumidor y, por consiguiente, la instauración en la ciudad de México de las oficinas centrales de PROFECO.

A partir de ese momento se puso en marcha el programa de desconcentración territorial con la apertura de tres representaciones en las Ciudades de: Puebla, Monterrey y Guadalajara, y posteriormente la representación en Tlaxcala.

En 1982 la institución ya contaba con 32 oficinas en las principales ciudades del país, que atendían las demandas de los consumidores.

Las funciones de PROFECO se han orientado a la protección, asesoría y representación de la población consumidora, conciliación y arbitraje en los casos en que surgen diferencias entre consumidores y proveedores. La experiencia adquirida desde su creación, a través del contacto permanente y directo con los consumidores, evidenció el hecho de que la Ley Federal de Protección al Consumidor contenía algunas omisiones e imprecisiones en su articulado y proporcionaba facultades insuficientes a la institución para velar

por la cabal observancia y cumplimiento de los preceptos de la propia ley; con motivo de ello se realizaron diversas reformas a la misma:

El 7 de enero de 1982 es adicionado el artículo 29 bis con el que se permite a la Procuraduría la regulación de los sistemas de comercialización utilizados en el mercado nacional; posteriormente, el 7 de febrero de 1985 se modifican y adicionan diversos artículos con relación a: competencia, naturaleza jurídica, atribuciones de PROFECO, definiciones y denominaciones, información de bienes y servicios, facultades de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; información comercial que ostentan productos o etiquetas, ventas al consumidor, promociones y ofertas, atribuciones del Procurador Federal del Consumidor, entre otras.

Complementariamente, el 12 de enero de 1988 son publicadas algunas reformas y adiciones al Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal y la propia Ley Federal de Protección al Consumidor. Por último, el 4 de enero de 1989 son adicionados a la ley algunos artículos que confieren atribuciones y facultades sancionadoras a la Procuraduría, así como denuncias por violación de precios.

Por acuerdo del C. Procurador Federal del Consumidor del 8 de febrero de 1989, se delegan facultades en materia de inspección y sanciones,

creándose la Subprocuraduría de Inspección y Vigilancia, encargada de llevar a cabo dichas tareas, conforme a las atribuciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor en materia de precios y tarifas acordados, establecidos o autorizados por la SECOFI.

El 6 de febrero de 1991 es publicado el Reglamento del capítulo octavo de la Ley Federal de Protección al Consumidor, a efecto de que se establecieran las bases de organización y funcionamiento de PROFECO y, en consecuencia, se fortalecieran los mecanismos de defensa de los derechos e intereses de la población consumidora en general.

Asimismo, para que las unidades administrativas de la Procuraduría condujeran sus actividades en forma programada con base en las políticas derivadas de la planeación nacional, resultaba indispensable definir un proceso de adscripción orgánica, que permitiera, además de facilitar a la población el acceso a los servicios que se prestaban, alcanzar una mejor organización y distribución del trabajo dentro del ámbito de competencia, por lo que el 7 de febrero de 1991 se realizó la adscripción oficial de las unidades administrativas de PROFECO para el adecuado ejercicio de las atribuciones y el despacho de los asuntos a su cargo.

Es hasta 1992 cuando se realiza un cambio sustancial en materia de protección a los consumidores mediante una nueva ley que fue publicada el 24 de diciembre, la cual aglutina todas las funciones en un solo organismo, fusionando al extinto INCO en la PROFECO, permitiendo con ello la atención integral de funciones como: orientación y asesoría; recepción, trámite y conciliación de quejas y denuncias; emisión de resoluciones administrativas; registro de contratos de adhesión; protección técnico-jurídica a los consumidores; verificación y vigilancia de Normas Oficiales Mexicanas, pesas y medidas, instructivos y garantías, así como precios autorizados, establecidos y / o concertados con la SECOFI; acciones de grupo; facultades para ordenar la realización de publicidad correctiva; información y orientación a los consumidores, a través de los diversos medios de comunicación, como impresos, radio y televisión; contribuir a elevar la cultura de consumo de la población y mejorar sus hábitos de adquisición.

El 5 de agosto de 1994, la Ley Federal de Protección al Consumidor vuelve a ser objeto de un ajuste al adicionársele diversas disposiciones; se reforma la Procuraduría, con la finalidad de que las delegaciones dispusieran de facultades amplias y suficientes para dar atención expedita a los programas de trabajo desconcentrados, lo cual fue posible mediante la publicación en el

Diario Oficial de la Federación del 2 de mayo de 1994, del acuerdo por el que se delega en los titulares de las delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor las atribuciones correspondientes.

Sin embargo, dicho acuerdo delegatorio, así como el Reglamento del capítulo octavo de la Ley Federal de Protección al Consumidor del 6 de febrero de 1991, quedaron sin efecto con las publicaciones en el Diario Oficial del 23 y 24 de agosto de 1994, del reglamento y del estatuto orgánico de PROFECO respectivamente, instrumentos jurídicos administrativos que hoy en día respaldan el funcionamiento operativo de la Institución.

La Procuraduría Federal del Consumidor, de acuerdo con el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es un organismo público descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Su funcionamiento se rige por lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor, los reglamentos de ésta y su estatuto.

La PROFECO es un organismo público descentralizado, es decir, es un ente que pertenece al Poder Ejecutivo (Administración Pública Federal),

dotado de su propia personalidad jurídica y de autonomía jerárquica para efectuar las tareas administrativas a su cargo.

De acuerdo con el artículo 45 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; “son organismos descentralizados las entidades creadas por la ley o decreto del Congreso de la Unión o por decreto del Ejecutivo Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, cualquiera que sea la estructura legal que adopten”.

Estos organismos descentralizados, según Rafael Martínez Morales⁶³ tienen las siguientes características:

1).- Son creados por la ley del Congreso o por Decreto del Presidente de la República.

2).- El orden jurídico les reconoce una personalidad jurídica propia, distinta de la del Estado.

3).- Como una consecuencia de la anterior, dichos organismos cuentan con patrimonio propio.

4).- Gozan de la autonomía jerárquica con respecto al órgano central. Esto es, les distingue el hecho de poseer un autogobierno.

⁶³ Martínez Morales Rafael L.; Derecho Administrativo, Primer y segundo curso; Ed. Harla; 29ª edición, México 1997; página 128.

5).- Realizan función administrativa; es decir, su objeto, en tanto persona moral o colectiva, se refiere a cometidos estatales de naturaleza administrativa.

6).- Existe un control o una tutela, por parte del Estado, sobre su actuación.

La PROFECO, como órgano descentralizado tiene como principal función la vigilancia y protección los derechos de la población consumidora, mediante servicios de calidad mundial, orientados a procurar equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo, así como facilitar al consumidor todos los elementos jurídicos, técnicos y de información que permitan dirimir sus controversias en un plano de igualdad con los proveedores, privilegiando la conciliación y el acuerdo por encima de la confrontación y la querrela. Así mismo deben realizar acciones de orientación, información, difusión, investigación y educación, a fin de fomentar una cultura de consumo en México, que prepare al consumidor para acceder en mejores condiciones, al mercado de bienes y servicios.

En conclusión, podemos resumir que las características de la PROFECO, como un organismo descentralizado, son las siguientes:

1).- Tiene personalidad jurídica diversa de la administración central.

2).- Posee un patrimonio propio.

3).- Tiene funciones de autoridad administrativa, ya que puede emitir actos unilaterales, imperativos y coercibles, en ejercicio de las atribuciones que le confiere la Ley.

4).- El servicio o la función social que desempeña consiste en:

a).- Promover y proteger los derechos del consumidor, y

b).- Procurar la equidad y la seguridad jurídica de las relaciones entre proveedores y consumidores.

La Procuraduría se organiza de manera desconcentrada para el despacho de los asuntos a su cargo, con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime convenientes, en los términos que señalen los reglamentos y su estatuto (artículo 22 de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

De acuerdo a lo dispuesto por el artículo 4 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor⁶⁴, ésta se integra por las siguientes unidades administrativas:

- I. Oficina del Procurador;
- II. Subprocuraduría de Servicios al Consumidor;

⁶⁴ Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de agosto de 1994, primera sección, página 6 y 7.

- III. Subprocuraduría de Verificación y Vigilancia;
- IV. Subprocuraduría Jurídica;
- V. Coordinación General de Investigación y Divulgación;
- VI. Coordinación General de Administración;
- VII. Unidad de Programas del Sector Social;
- VIII. Contraloría Interna;
- IX. Unidad de Comunicación Social;
- X. Dirección General de Coordinación de Delegaciones;
- XI. Dirección General de Quejas y Conciliación;
- XII. Dirección General de Arbitraje y Resoluciones;
- XIII. Dirección General de Organización de Consumidores;
- XIV. Dirección General de Verificación y Vigilancia;
- XV. Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales;
- XVI. Dirección General Jurídica Consultiva;
- XVII. Dirección General de lo Contencioso y de Recursos;
- XVIII. Coordinación de Investigación;
- XIX. Coordinación de Publicaciones;
- XX. Coordinación de Radio y Televisión;
- XXI. Coordinación de Educación para el Consumo;

XXII Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto;

XXIII Dirección General de Recursos Humanos y Materiales; y

XXIV Delegaciones.

La Procuraduría también contará con direcciones de área, subdirecciones, jefaturas de departamento, subjefaturas de departamento, jefaturas de oficina, jefaturas de sección, jefaturas de mesa, conciliadores, secretarios arbitrales, dictaminadores, inspectores, verificadores, ejecutores, notificadores, peritos, promotores, instructores y los demás servidores públicos que para su operación determine el Procurador.

DOMICILIO

Su domicilio de acuerdo con el artículo 21 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se encuentra en la Ciudad de México y cuenta con delegaciones en todas las Entidades Federativas. Los tribunales Federales serán competentes para resolver todas las controversias en que sea parte.

PATRIMONIO

El patrimonio de la PROFECO, está integrado por:

1).- Los bienes con los que cuenta;

2).- Los recursos que directamente le asigne el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación correspondiente.

3).- Los recursos que le aporten las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, estatal y municipal.

4).- Los demás bienes que adquiera por cualquier otro título legal.

Procuraduría Federal del Consumidor (E s t r u c t u r a)



2.- ATRIBUCIONES DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

De conformidad con el artículo 24 de la LFPC, la Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;

II. Procurar y representar los intereses de los consumidores, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan;

III. Representar individualmente o en grupo a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores;

IV. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;

V. Formular y realizar programas de difusión y capacitación de los derechos del consumidor;

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

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

VIII. Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor y prestar asesoría a consumidores y proveedores;

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

IX Bis Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previstos por esta ley respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología;⁶⁵

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

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

⁶⁵ Fracción adicionada al artículo 24 de la Ley Federal del Consumidor, mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de mayo del 2000.

XII. Celebrar convenios y acuerdos de colaboración de información con autoridades federales, estatales, municipales y entidades paraestatales en beneficio de los consumidores;

XIII. Vigilar y verificar el cumplimiento de precios y tarifas acordados, fijados, establecidos, registrados o autorizados por la Secretaría y coordinarse con otras dependencias legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez evitar duplicación de funciones;

XIV. Vigilar y verificar el cumplimiento de normas oficiales mexicanas, pesas y medidas para la actividad comercial, instructivos, garantías y especificaciones industriales, en los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;

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

XVI. Procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores conforme a los procedimientos establecidos en esta ley;

XVII. Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que sean de su conocimiento y, ante las autoridades

competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas que afecten los intereses de los consumidores;

XVIII. Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría;

XIX. Aplicar las sanciones establecidas en esta ley;

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

XXI. Las demás que le confieran esta ley y otros ordenamientos.”

Dentro de todas las atribuciones que tiene la PROFECO, las que considero tienen una relación íntima con el contrato de autofinanciamiento, son las señaladas por las fracciones II, III, XIV y XV del citado artículo 24 de la LFPC, ya que cuando el consumidor o el grupo de consumidores consideren que la empresa administradora de autofinanciamiento ha violado o no ha respetado las cláusulas contenidas en el contrato de adhesión, podrán acudir ante la PROFECO para exponer su queja o de denuncia, a fin de que ésta intervenga dentro de sus funciones, a efecto de darle solución mediante

los procedimientos establecidos en la LFPC, o bien, solicitar al organismo que ejercite y apoye la demanda ante los Tribunales competentes, mediante el ejercicio de acciones de grupo en representación de los consumidores, tal y como lo señala el artículo 26 de la LFPC.

Como se señaló, el consumidor que se sienta lesionado en sus derechos puede interponer una queja o denuncia ante la PROFECO. Las quejas se pueden hacer de manera personal o por escrito, mientras que las denuncias además de los medios señalados, se pueden hacer por teléfono, fax e Internet.

La PROFECO recibirá las reclamaciones de los consumidores, las cuales deberán de reunir los siguientes requisitos:

- Señalar su nombre y domicilio completos.
- Describir de manera breve los hechos que motivan su reclamación.
- Indicar nombre o razón social y domicilio del proveedor.
- Presentar la documentación relacionada con el reclamo (comprobantes, notas, facturas, etcétera); este punto se requiere únicamente para presentar una queja, si no cuenta con dichos documentos la Procuraduría recibe la inconformidad de todas maneras.

Los medios por los cuales se pueden solucionar las quejas y reclamaciones, son los siguientes:

a).- Conciliación inmediata: Es un servicio de conciliación rápida para buscar la solución de las reclamaciones vía telefónica. Una vez que se recibe la queja, la Procuraduría se comunica inmediatamente con el proveedor para resolver el problema. En caso de que el proveedor no cuente con teléfono, es necesario que el consumidor acuda a la delegación de la PROFECO, y solicite el servicio de conciliación domiciliaria, para que en compañía de un abogado de esta Institución, se constituya en el domicilio del proveedor a fin de llevar a cabo una audiencia de conciliación.

b).- Conciliación personal: En este caso la PROFECO cita al consumidor y al proveedor para efectuar una audiencia de conciliación, en la que la Procuraduría tratará de que las partes lleguen a un acuerdo.

c).- Arbitraje: Cuando las partes no llegan a un acuerdo conciliatorio, pueden designar voluntariamente y de común acuerdo como árbitro a la PROFECO, autorizándola para resolver la controversia entre ambos, y la resolución que ésta emita es obligatoria para ambas partes.

d).- Procedimiento por infracciones a la ley: Si el consumidor y el proveedor no llegan a un acuerdo conciliatorio, ni tampoco deciden someterse al arbitraje de la PROFECO, pueden hacer valer sus derechos en la vía y la forma que consideren convenientes.

Si al analizar el caso la PROFECO encuentra violaciones a la LFPC por parte del proveedor, le concederá un plazo de 10 días para ofrecer pruebas en su defensa y dos días para que presente los alegatos que en su derecho considere pertinentes.

Transcurridos estos términos, la PROFECO resolverá dictando resolución que puede consistir en multa, clausura o arresto administrativo.

3.- FUNCIÓN CONCILIADORA Y ARBITRAL DE LA PROFECO.

FUNCIÓN CONCILIATORIA.

En la etapa conciliatoria, la Procuraduría actúa como mediador entre el consumidor inconforme y el proveedor. Su labor consiste en exhortar a ambas partes para que lleguen a un arreglo y solucionen sus diferencias.

El procedimiento conciliatorio, ante esta Institución comienza con la reclamación interpuesta por el consumidor. En caso de que reúna los requisitos señalados por la ley, la PROFECO señalará día y hora para que se lleve a cabo la audiencia conciliatoria, en la que procurará avenir los intereses de las partes; la cual deberá tener lugar, por lo menos, cuatro días después de

la fecha de notificación de la reclamación hecha por el consumidor al proveedor.

La conciliación podrá celebrarse vía telefónica o por otro medio idóneo, en cuyo caso será necesario que se confirmen por escrito los compromisos adquiridos.

En caso de que el proveedor no se presente a la audiencia o no rinda informe relacionado con los hechos, se le impondrá una medida de apremio, la cual consiste en multa por el equivalente de una hasta 800 veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.

El conciliador citará a una segunda audiencia, en un plazo no mayor de 10 días, y en caso de no asistir de nueva cuanta el proveedor, se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el reclamante.

Ahora bien, si es el reclamante el que no acude a la audiencia de conciliación y no presente dentro de los 10 días siguientes justificación fehaciente de su inasistencia, se tendrá por desistido de la reclamación y no podrá presentar otra ante la Procuraduría por los mismos hechos.

En el supuesto de que ambas partes se presenten el día y la hora señalada para la celebración de la audiencia, el conciliador expondrá a las partes un resumen de la reclamación y del informe presentado, señalando los elementos comunes y los puntos de controversia, exhortándolas para llegar a un arreglo. Sin prejuzgar sobre el conflicto planteado, les presentará una o varias opciones de solución.

El conciliador podrá en todo momento requerir a las partes los elementos de convicción que estime necesarios para la conciliación, así como para el ejercicio de las atribuciones que a la Procuraduría le confiere la ley.

Las partes podrán aportar las pruebas que estimen necesarias para acreditar los elementos de su reclamación y de su informe.

El conciliador podrá suspender, cuando lo estime pertinente o a instancias de ambas partes, la audiencia de conciliación hasta en dos ocasiones.

En caso de que se suspenda la audiencia, el conciliador señalará día y hora para su reanudación, dentro de los quince días siguientes.

Si las partes llegasen a un arreglo, celebrarán un convenio que deberá de ser aprobado por la Procuraduría, quien verificará que no contravenga

ninguna disposición legal, y el acuerdo por medio del cual se apruebe el convenio, no admitirá recurso alguno.

En caso de no haber conciliación, el abogado conciliador de la PROFECO exhortará a las partes para que designen como árbitro a la Procuraduría, o a algún árbitro oficialmente reconocido, para solucionar el conflicto.

En caso de no aceptarse el arbitraje se dejarán a salvo los derechos de ambas partes.

FUNCIÓN ARBITRAL.

La Procuraduría podrá actuar como árbitro cuando los interesados así la designen y sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previos.

Como ya se analizó, cuando las parte en conflicto no llegan a un acuerdo, es decir, no logran conciliar sus intereses voluntariamente, solicitaran a la PROFECO su arbitraje, por considerar que sus diferencias no pueden ser materia de algún arreglo, o de plano cuando el proveedor no quiere

dar respuesta favorable para la solución del problema, entonces puede intervenir la Procuraduría, siempre y cuando sea a petición de las partes, tanto de la consumidora como de la proveedora.

Por lo tanto, para que la Procuraduría pueda intervenir como árbitro en un conflicto de intereses, es necesario que exista la manifestación de las voluntades o consentimiento de las partes en conflicto para someterse al arbitraje, ya que si alguna de ellas se niega a aceptarlo, la autoridad no podrá fungir como árbitro.

En el supuesto de que las partes en conflicto, decidan someterse al arbitraje de la PROFECO, dicha designación deberá hacerse constar mediante acta ante esta Institución, en la que se señalarán claramente los puntos esenciales de la controversia y si el arbitraje es en estricto derecho o es solamente una amigable composición.

El arbitraje como acto jurídico eminentemente voluntario, debe sustentarse formalmente en un convenio en el que se fijen las reglas bajo las cuales se llevara a cabo dicho procedimiento arbitral. Regularmente a este tipo de convenio se le llama compromiso arbitral o cláusula compromisoria.

Ahora bien, en la LFPC se establecen dos tipos de arbitraje: 1).- El sustentado en estricto derecho y 2).- El sustentado en amigable composición.

Para el Profesor Cipriano Gómez Lara⁶⁶ los juicios arbitrales son de estricto derecho cuando se llevan a cabo conforme a la ley, es decir, que el árbitro se sujeta a lo dispuesto por la normatividad; y los de equidad, que son aquellos que se someten al libre arbitrio del Juzgador, quien resuelve conforme a los dictados de la equidad y valores aplicables al caso concreto.

En el juicio arbitral de estricto derecho las partes formularán compromiso en el que fijarán las del procedimiento que convencionalmente establezcan, aplicándose supletoriamente el Código de Comercio y a falta de disposición en dicho Código, el ordenamiento procesal civil local aplicable (artículo 120 de la LFPC).

El artículo 119 de la Ley menciona que en la amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto del arbitraje y el árbitro tendrá libertad para resolver en conciencia y a buena fe guardada, sin sujeción a reglas legales, pero observando las formalidades esenciales del procedimiento. El árbitro tendrá la facultad de allegarse todos los elementos

⁶⁶ Gómez Lara Cipriano, Derecho Procesal Civil, Ed. Harla; 6ª edición 1998; página 296 y 297.

que juzgue necesarios para resolver las cuestiones que se le hayan planteado. En este procedimiento no habrá términos ni incidentes.

Las resoluciones dictadas por los árbitros se llaman laudos y se pronuncian en los términos de la cláusula compromisoria, resolución que ira firmada por quien o quienes la hayan pronunciado. El laudo arbitral emitido por la Procuraduría o por el árbitro designado por las partes deberá cumplimentarse o, en su caso, iniciar su cumplimentación dentro de los quince días siguientes a la fecha de su notificación, salvo pacto en contrario.

Sin perjuicio de las funciones de arbitraje que puede legalmente ejercer la Procuraduría, la Secretaría llevará una lista de árbitros independientes, oficialmente reconocidos para actuar como tales. Dichos árbitros podrán actuar por designación de las partes o designación de la Procuraduría, a petición del proveedor y del consumidor. En lo relativo a su inscripción y actuación se regularán por lo que disponga el reglamento de la presente ley.

El 27 de agosto del año 2000 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento del Artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el cual señala los lineamientos que regulan la inscripción y actuación de los árbitros independientes.

Las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral admitirán como único recurso el de revocación, que deberá resolverse por el árbitro designado en un plazo no mayor de 48 horas. El laudo arbitral sólo estará sujeto a aclaración dentro de los dos días siguientes a la fecha de su notificación.

Así tenemos que esta Institución constituye una opción para que los consumidores de algún sistema de autofinanciamiento, puedan solucionar sus diferencias con las empresas que prestan este tipo de servicio.

4.- PRINCIPALES EMPRESAS DEDICADAS AL AUTOFINANCIAMIENTO EN MÉXICO.

En nuestro país, los sistemas de autofinanciamiento han tenido un gran auge y se han convertido en un medio más, para que los consumidores adquieran bienes y servicios sin tener que pagar de contado por ellos.

En la actualidad existen un sin número de empresas administradoras de estos sistemas de autofinanciamiento, por mencionar algunas tenemos a las

siguientes: Autofinanciamiento México, S.A. de C.V.; Sistema de crédito automotriz, S. A. de C. V.; Sistema único de autofinanciamiento, S.A. de C.V.; AFASA; Geo; Hir casa, S.A de C.V.; Firme Plus, S.A. de C.V.; Conauto, S.A. de C.V.; Autofinanciamiento total, S.A. de C.V.; Bienes Programados, S.A. de C.V.; Habitat, S.A. de C.V.; etcétera.

a).- La empresa Sistema único de autofinanciamiento, S.A. de C.V. conocida como "SUAUTO", es una sociedad mercantil constituida en los términos de la Escritura Pública número 71323 del 3 de mayo de 1990, que cuenta con la autorización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía) para operar con sistemas de autofinanciamiento, según oficio número 35454 de fecha 1 de agosto de 1990.

Esta empresa ofrece a los consumidores vehículos de la marca General Motors, a través del contrato de autofinanciamiento inscrito ante el Registro Público de contratos de adhesión de la Procuraduría Federal del Consumidor, contrato aprobado e inscrito bajo el número 32202, libro 1º, volumen 10º, fojas 204, expediente 416/20883-90, el día 7 de enero de 1999.

La cuota de inscripción que cobra esta empresa para ingresar a un consumidor a su sistema de autofinanciamiento, es la cantidad equivalente a

12 veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal. La cantidad que cobra por su servicio de administración es el 2%, mensual, del valor que tenga el automóvil. Los procedimientos de adjudicación que maneja son los de puntualidad en los pagos, subasta, subasta adicional, y adjudicación adicional.

b).- La empresa Bienes Programados, S.A. de C.V., ofrece al público automóviles de distintas marcas y precios. Se constituyó como sociedad mercantil el 28 de abril de 1995, como consta en escritura pública número 40727, e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio del Distrito Federal bajo el folio mercantil 199102, el 14 de junio de 1995.

Esta empresa de acuerdo al contrato de autofinanciamiento que se encuentra registrado ante la PROFECO bajo el número 37988, libro 1º, volumen 12º, fojas 115, expediente 416/34095, julio 6 del 2000, integra grupos de 125 consumidores, a un plazo de 50 meses. Cobra como cuota de inscripción el 1% más IVA del precio actualizado del bien. El factor de actualización que utiliza es el Índice Nacional de Precios al Consumidor. La cuota que cobra por el servicio de administración, es de .15% del valor actualizado del bien más IVA. Los procedimientos de adjudicación que utiliza

son los de sorteo, subasta abierta, subasta adicional, antigüedad, adjudicación directa y natural.

c).- Conauto, S.A. de C.V., es una sociedad mercantil constituida en los términos de la escritura pública 8373, del 18 de mayo de 1989, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio bajo el folio mercantil 118966.

Esta empresa cuenta con el permiso número 21580, del 14 de agosto de 1989 otorgado por la PROFECO, para comercializar sistemas de autofinanciamiento. Así mismo cuenta con la inscripción y aprobación de su contrato de autofinanciamiento, ante el Registro Público de contratos de adhesión bajo el número 36148, libro 1º, volumen 12º, fojas 6, expediente número 416/18980-89, el día 14 de diciembre de 1999.

De acuerdo a este contrato CONAUTO ofrece a los consumidores equipos de computo. La cuota de inscripción que cobra es la que resulte de 12 veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal. La cuota de administración es el 0.2% del valor del bien señalado en el contrato de adhesión. Los procedimientos de adjudicación que utiliza son los de sorteo, subasta, subasta adicional y la adjudicación directa.

d).- Autofinanciamiento Total, S.A. de C.V., llamado AUTOFINAUTO, es una sociedad mercantil constituida conforme a las leyes mexicanas, según escritura pública número 1787 del 7 de septiembre de 1995, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio bajo el folio mercantil 223-224, el 27 de septiembre de 1995.

Ofrece a los consumidores bienes muebles, regularmente automóviles y camiones. Los grupos se integran por 150 consumidores, y la duración del contrato es de 50 meses. Cuenta con autorización de la PROFECO y tiene inscrito su contrato de autofinanciamiento, en el Registro Público de Contratos de Adhesión bajo el número 38450, libro 1º, volumen 12º, fojas 165, expediente 146/1243-95, del 3 de octubre del año 2000.

AUTOFINAUTO cobra por el servicio de administración que realiza, el 0.15% del valor actual del bien contratado. El factor de actualización varía del 0.3 al 0.9 %. Los procedimientos de adjudicación son los comunes: Puntaje, subasta abierta, antigüedad, sorteo y adjudicación directa.

e).- Autofinanciamiento México, S.A. de C.V., se encuentra constituida como sociedad mercantil, según testimonio 20685 del 6 de abril de 1978. Ofrece a los consumidores la posibilidad de adquirir, mediante sistemas de

autofinanciamiento, bienes inmuebles o la prestación de un servicio de construcción o remodelación o ampliación de un inmueble.

El contrato por el cual formaliza sus operaciones se encuentra registrado ante la PROFECO, bajo el número 38575, libro 1º, volumen 12º, fojas 149, expediente número 18605-89, del 13 de septiembre del 2000.

Los grupos que forma son grupos cerrados, con una vigencia de cien meses y constituidos de 300 consumidores. La cuota de inscripción que pagan los consumidores es la del 3% del valor actualizado del bien inmueble, y la cuota de administración es la que resulte del 10% sobre la cantidad que tenga la cuota periódica total, más IVA. Los procedimientos de adjudicación que utiliza son: El de adjudicación por porcentaje pagado, adjudicación por cumplimiento y el de adjudicación directa.

f).- Habitat promotor inmobiliario, S.A. de C.V. es una empresa constituida como sociedad mercantil, de acuerdo a la escritura pública número 26,872 de fecha 6 de septiembre de 1995, e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio bajo el número 5082848 el 14 de septiembre de 1995.

Como su denominación social lo indica, el objeto del autofinanciamiento que comercializa, son los bienes inmuebles ya sea la adquisición, ampliación, construcción o remodelación de alguno. La cuota de inscripción a pagar a la firma del contrato, es el porcentaje que establezca la empresa, dependiendo del nivel en el cual se inscriba el consumidor.

El factor de actualización de las cuotas periódicas totales se realiza en base al Índice Nacional de Precios al Consumidor o en base al Salario Mínimo General vigente de la región, según lo elija el consumidor. Los procedimientos de adjudicación que utiliza son los de sorteo, subasta, puntuación, permanencia y adjudicación directa.

El contrato de autofinanciamiento de Habitat, se encuentra inscrito en el Registro Público de contrato de adhesión con el número 26745, libro 1º, volumen 9º, fojas 121, expediente 146/1160-95, del 9 octubre de 1997.

Según información que me fue proporcionada por la Licenciada María del Carmen Rivas, Directora de información de la PROFECO, a finales del año dos mil, las quejas que se recibieron durante ese año en esta Institución, derivadas de los contratos de autofinanciamiento, se debieron principalmente a las tres siguientes causas: a).- Cobros indebidos; b).- Incumplimiento en la

entrega del bien adjudicado; y c).- Porque las empresas de autofinanciamiento no respetaron los términos y cláusulas de los contratos.

Las principales empresas de autofinanciamiento contra las cuales se presentaron las reclamaciones señaladas anteriormente, fueron las siguientes:

Proveedores de bienes muebles.

- a).- AUTOFIN
- b).- SICREA.
- c).- SUAUTO.
- d).- AFASA.

Proveedores de bienes inmuebles.

- a).- AUTOCONSTRUCCIÓN.
- b).- ACO.
- c).- GEO
- d).- HIR.
- e).- FIRME PLUS.

Como conclusión del presente capítulo podemos puntualizar los siguientes razonamientos:

- La PROFECO es un órgano público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya principal función es la vigilancia y protección de los derechos de la población consumidora.

- Los consumidores de los sistemas de autofinanciamiento que por algún motivo, se sientan lesionados en sus derechos derivados de la ley o del contrato de autofinanciamiento, pueden interponer ante la PROFECO, una queja o una denuncia.

- Los procedimientos señalados por la LFPC, constituyen una instancia más para que los consumidores solucionen sus diferencias con las empresas de autofinanciamiento.

- Los medios por los cuales se pueden solucionar las quejas y denuncias presentadas ante la PROFECO son la conciliación inmediata o personal; el procedimiento arbitral y el procedimiento por infracciones a la ley.

- La PROFECO puede fungir como árbitro en un conflicto entre consumidor y una empresa de autofinanciamiento, siempre que ambas partes la designen de común acuerdo.

- El laudo arbitral emitido por la PROFECO, no constituye ningún acto de autoridad y para ejecutarlo es necesario acudir a los tribunales competentes para obtener su cumplimiento.

- La complejidad que tienen los sistemas de autofinanciamiento, provoca que los consumidores acudan ante la PROFECO, para solucionar sus diferencias con las empresas que prestan este servicio de administración.

CONCLUSIONES

1.- En nuestro país los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administrados por un tercero, que son destinadas a la adquisición de determinados bienes y/o servicios, son conocidos como Sistemas de Autofinanciamiento.

2.- Los sistemas de autofinanciamiento que operan en nuestro país, encuentran sus antecedentes en países como Alemania, Argentina y Brasil.

3.- La denominación contrato de autofinanciamiento, no existe como tal en la legislación mexicana, sin embargo, en la práctica es el nombre con el que se conoce al contrato por el cual se formaliza la operación de comercialización de los sistemas de autofinanciamiento a que hace referencia el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), por lo que considero debería de llamársele de esta forma.

4.- Los sistemas de autofinanciamiento, así como el contrato de autofinanciamiento, se rigen por el artículo 63 de la LFPC, la Norma Oficial Mexicana "NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales -elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (sistemas de

autofinanciamiento)", publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de septiembre del año 2000, así como por el Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 1994.

5.- El contrato de autofinanciamiento es aquel contrato de adhesión por virtud del cual una persona llamada consumidor obtiene de otra llamada empresa administradora, la prestación de un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento, que se basa en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero a un fondo común, que es resguardado por un fideicomiso, con la finalidad de destinarlo a la adquisición de determinados bienes muebles nuevos, bienes inmuebles o a la prestación de determinados servicios, que el consumidor haya elegido, mediante la aplicación de los procedimientos de adjudicación señalados en el contrato.

6.- El objeto del contrato de autofinanciamiento consiste en una obligación de hacer, pues la empresa de autofinanciamiento presta un servicio de administración de un sistema de autofinanciamiento, y el consumidor realiza periódicamente aportaciones a un fondo común, para la obtención de los bienes (muebles e inmuebles) y/o servicios.

7.- Sólo podrán ser objeto del autofinanciamiento los bienes muebles nuevos, los bienes inmuebles y determinados servicios, y sólo pueden adquirirse a través de los procedimientos de adjudicación pactados en el contrato de autofinanciamiento.

8.- El consentimiento en el contrato de autofinanciamiento siempre deberá de manifestarse de manera expresa, y el mismo se perfecciona cuando el consumidor presenta su solicitud a la empresa de autofinanciamiento, y ésta la acepta.

9.- El contrato de autofinanciamiento además de ser un contrato de adhesión, doctrinalmente se considera como un contrato bilateral, oneroso, conmutativo, principal, formal, consensual en oposición a real, de tracto sucesivo, atípico o innominado y mercantil.

10.- En el contrato de autofinanciamiento, la libertad contractual se encuentra limitada por la ley.

11.- El contrato de autofinanciamiento no encuentra ningún precedente en alguna figura jurídica en especial, se considera que tiene ciertas semejanzas con figuras como la compraventa mercantil, arrendamiento financiero y comisión mercantil, sin embargo, las marcadas diferencias que tiene con ellos muestran una autonomía plena, ya que cuenta con sus propios términos y reglas para la consecución de su fin.

12.- Derivado de lo anterior el contrato de autofinanciamiento es un contrato complejo, que va más allá de un simple contrato de adhesión y que a pesar de contar en la actualidad con disposiciones legales que lo regulan ha pasado inadvertido para la doctrina mercantil mexicana.

13.- El contrato y los sistemas de autofinanciamiento deberían ser analizados a fondo y de una manera detallada por la doctrina mexicana, dándole la importancia que reviste, y reencauzándolo con la finalidad de que se conozca y opere en el contexto de nuestra realidad y cotidianidad.

14.- En nuestro país los consumidores de los sistemas de autofinanciamiento que por algún motivo, consideren lesionados los derechos derivados de la ley o del contrato de autofinanciamiento, pueden interponer ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), una queja o una denuncia.

15.- La PROFECO es la instancia competente para solucionar los conflictos que se originen con motivo de los servicios de autofinanciamiento, así como para orientar y vigilar que las cláusulas que integran los contratos de autofinanciamiento se respeten.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Fernando; Sistemas de ahorro previo por grupos cerrados, bienes, dinero, inmuebles; Ed. Astrea; 2ª edición; Buenos Aires 1988.
- Arce Gargollo Javier; Contratos mercantiles atípicos; Ed. Porrúa; 6ª edición; México 1999.
- Barrera Graf Jorge; Tratado de derecho mercantil; Ed. Porrúa, México 1976.
- Bauche Garcíadiego Mario; La empresa. Nuevo derecho industrial, contratos comerciales y sociedades mercantiles; Ed. Porrúa; 2ª edición 1983.
- Borja Soriano Manuel; Teoría de las obligaciones; Ed. Porrúa; 16ª edición; México 1998.
- Carvallo Yáñez Erick; Nuevo derecho bancario y bursátil; Ed. Porrúa; 4ª edición; México 1999.
- Cervantes Ahumada Raúl; Derecho mercantil; 4ª edición; Ed. Herrero S.A. DE C.V.; México 2000.
- Dávalos Mejía Carlos Felipe; Títulos y operaciones de crédito, quiebras; Tomo I "Títulos de Crédito"; Ed. Harla; 2ª edición.
- De J. Tena Felipe; Derecho mercantil mexicano; 16ª edición, Ed. Porrúa, México 1996.
- De Pina Vara Rafael; Derecho mercantil mexicano; Ed. Porrúa; 25 edición, México 1998.
- Díaz Bravo Arturo; Contratos mercantiles; Ed. Harla; 6ª edición; México 1998.
- Esperón Melgar Gabriela; Manual de contratos civiles y mercantiles; JGH Editores; 1ª edición 1998.

- Forina Juan M.; Defensa del consumidor y del usuario; Ed. Astrea; Buenos Aires 1995.
- Garríguez Joaquín; Curso de derecho mercantil; Tomo II; Ed. Porrúa; México 1993.
- García Rendón Manuel; Sociedades mercantiles; Ed. Harla; 2ª edición 1993.
- Gómez Lara Cipriano; Derecho procesal civil; Ed. Harla; 6ª edición; México 1998.
- Gutiérrez y González Ernesto; Derecho de las obligaciones; Tomo I; Ed. Porrúa; 12ª edición 1998.
- Mantilla Molina Roberto L.; Derecho mercantil; Ed. Porrúa; 29ª edición 2000.
- Martínez Morales Rafael I.; Derecho administrativo, Primer y segundo curso; Ed. Harla; 2ª edición México 1997.
- Olvera de Luna Omar; Contratos mercantiles; Ed. Porrúa; México 1992.
- Pérez Fernández Del Castillo Bernardo; Contratos civiles; Ed. Porrúa; 6ª edición 1999.
- Rodríguez Rodríguez Joaquín; Derecho mercantil, Tomo II; Ed. Porrúa 1998.
- Rojina Villegas Rafael; Derecho civil mexicano; Tomos Quinto volumen II y Tomo Sexto volumen I; Ed. Porrúa; 9ª edición 1999.
- Ruiz Rueda Luis; El contrato de seguro; Ed. Porrúa; México, 1979.
- Sánchez Medal Ramón; De los contratos civiles; Ed. Porrúa; 7ª edición; México 1998.
- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; Sistemas de autofinanciamiento; México 1985.

Serra Rojas Andrés; Derecho administrativo. Primer curso; Ed. Porrúa; 20ª edición 1999; 901 páginas.

Vaccaro Alejandro; Grupos cerrados en el sistema de ahorro previo; Ed. Macchi; 2ª edición; Argentina 1987.

Vásquez Del Mercado Oscar; Contratos mercantiles; Ed. Porrúa; 6ª edición; México 1996.

Walter Henry Nelson; Traducción al español por R. Hernández Sol; Pequeña maravilla “La asombrosa historia del volkswagen”; Ed. Grijalbo; 1ª edición 1974.

Zamora y Valencia Miguel Ángel; Contratos civiles; Ed. Porrúa; 7ª edición; 1998.

OBRAS GENERALES

Diccionario de la Lengua Española; Tomo I; Real Academia Española; 19ª edición. Madrid, España 1970.

Gran Enciclopedia del Mundo, Tomo XX; Durvan S.A. Madrid, España 1985.

LEGISLACIÓN

Código de Comercio y leyes complementarias. Colección Leyes y Códigos de México. Ed. Porrúa. México 2000.

Código Civil. Colección Leyes y Códigos de México. México 2000.

Ley Federal de Protección al Consumidor. Edición PROFECO.

Reglamento del artículo 29 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Publicado en el DOF el 7 de junio de 1982.

Reglamento de Sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores. Publicado en el DOF el 17 de mayo de 1994.

NOM-037-SCFI-1994. DOF 8 de Julio de 1994.

NOM-EM-006-SCFI-1999, Prácticas comerciales - Sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores - Requisitos de información para los contratos de adhesión. DOF 18 de septiembre de 1999.

PROY-NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales – elementos normativos para la comercialización de bienes y servicios, mediante la integración de grupos de consumidores (sistemas de autofinanciamiento). DOF 31 de marzo del 2000.

Respuestas a los comentarios recibidos al PROY-NOM-143-SCFI-2000. DOF 4 de septiembre del 2000.

NOM-143-SCFI-2000. Prácticas comerciales - elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (Sistemas de Autofinanciamiento). Publicado en el DOF el 19 de septiembre del 2000. Primera sección.

Diario de los debates de la Cámara de Diputados de los Estados Unidos Mexicanos. II Legislaturas, México. Diccionario del Diario de Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, año III, tomo III, número 42, fecha 18 de diciembre de 1981.

Reformas a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal publicadas en el DOF el 30 de noviembre del año 2000.

Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor. Publicado en el DOF el 23 de agosto de 1994.

Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor. Publicado en el DOF el 24 de agosto de 1994.

CONSULTA EN INTERNET

Página <http://www.autofinanciamiento.antecedentes.com.mx.html>.

Página <http://www.autofinanciamientototal.antecedentes.com.mx>.

Página <http://www.firmeplus.com.mx>

Página <http://www.profeco.gob.mx>.

APENDICE

I. REGLAMENTO DE SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN
MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE GRUPOS DE
CONSUMIDORES.

II. PROYECTO DE NORMA OFICIAL MEXICANA PROY-NOM-143-
SCFI-2000.

III. NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-143-SCFI-2000.

IV. FORMATO DE CONTRATO DE ADHESIÓN (CONTRATO DE
AUTOFINANCIAMIENTO).

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

REGLAMENTO de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

CARLOS SALINAS DE GORTARI, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo Federal confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 27, 34 y 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y los 19, 24 y 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, he tenido a bien expedir el siguiente

REGLAMENTO DE SISTEMAS DE INTEGRACION DE GRUPOS DE CONSUMIDORES

ARTICULO 1o.- El presente ordenamiento tiene por objeto regular los sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

ARTICULO 2o.- Para efectos de este reglamento, se entenderá por:

- I.- Ley, la Ley Federal de Protección al Consumidor;
- II.- Secretaría, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y
- III.- Procuraduría, la Procuraduría Federal del Consumidor.

ARTICULO 3o.- Sin perjuicio de las facultades que correspondan a la Secretaría, compete a la Procuraduría la aplicación, vigilancia y sanción de las disposiciones de este reglamento.

ARTICULO 4o.- Mediante sistemas de comercialización podrán ofrecerse a los consumidores bienes muebles nuevos, inmuebles y prestación de servicios.

ARTICULO 5o.- La Secretaría recibirá las notificaciones a que se refiere el artículo 63 de la Ley, las cuales deberán:

- I.- Elaborarse por escrito;
- II.- Señalar que la persona moral que notifica es una sociedad mercantil;
- III.- Presentar copia certificada o documento expedido por fedatario público de:
 - a) Acta constitutiva de la persona moral y de modificaciones posteriores, en su caso, en donde se establezca que el objeto social es la comercialización de bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley;
 - b) Poder que acredite la personalidad del representante legal, y
 - c) Contrato de fideicomiso que al efecto haya celebrado la persona moral, el cual señalará:
 - 1.- Que su finalidad es la administración de los recursos de los consumidores para la adquisición de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, y
 - 2.- Que la aplicación de los recursos se hará efectiva, únicamente contra la presentación de facturas, testimonio notarial o cualquier otro documento fehaciente que justifique la erogación, en lo que se refiere a los bienes o servicios objeto de comercialización;

IV.- Tratándose de bienes muebles y servicios, incluir copia certificada del convenio de suministro o compromiso de abasto que haya celebrado la sociedad mercantil, el cual deberá ratificarse a su vencimiento.

V.- Tratándose de bienes inmuebles, incluir copia certificada de las garantías que, en su caso, se constituyan, y

VI.- Copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación del sistema de comercialización.

ARTICULO 6o.- Sin perjuicio de las facultades de la Secretaría, corresponde a la Secretaría de Gobernación intervenir conforme a su competencia en materia de sorteos.

ARTICULO 7o.- Cuando una misma sociedad mercantil administre o pretenda administrar más de un sistema de comercialización, deberá notificar esa circunstancia a la Secretaría.

En este caso deberá notificar el inicio de operaciones de cada sistema, cumpliendo con lo señalado en las fracciones I, IV o V y VI del artículo 5o. de este reglamento.

Tratándose de fideicomisos distintos o de modificación de los existentes, se deberá observar lo dispuesto en el artículo 5o. de este reglamento.

ARTICULO 8o.- Los contratos que celebren las empresas que administren sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, deberán sujetarse a lo dispuesto en la norma oficial mexicana que al efecto expida la Secretaría.

ARTICULO 9o.- La no presentación de los documentos a que se refieren las fracciones III, IV y V del artículo 5o. de este Reglamento, dará lugar a la suspensión de operaciones del sistema de comercialización de las empresas que lo presten, sin perjuicio de la aplicación de la sanción que hasta por dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal establece la ley y, en su caso, la responsabilidad civil o penal en que incurra la empresa.

El incumplimiento a lo dispuesto en las fracciones I, II y VI del artículo 5o., así como del artículo 7o. de este reglamento darán lugar a la aplicación de sanciones, en los términos y hasta por las cantidades señaladas en la Ley y demás disposiciones aplicables.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Se abroga el Reglamento del Artículo 29 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio de 1982 y sus reformas, y se derogan todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en este reglamento.

TERCERO.- En tanto se expida la norma oficial mexicana a que se refiere el artículo 8o. de este reglamento, se continuará aplicando el Reglamento del Artículo 29 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en lo que no se oponga al presente.

Cada en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los trece días del mes de mayo de mil novecientos noventa y cuatro.- **Carlos Salinas de Gortari**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, **Jorge Carpizo McGregor**.- Rúbrica.- El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, **Jaime Serra Puche**.- Rúbrica.- El Secretario de Turismo, **Jesús Silva Herzog**.- Rúbrica.

RESOLUCION por la que se otorga prórroga de licencia de separación de funciones al ciudadano Enrique Medina Reyes, corredor público número 1, en la Plaza del Estado de Chihuahua.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial:

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de su Dirección General del Registro Mercantil y Correduría, con fundamento en los artículos 22 de la Ley Federal de Correduría Pública y 29 fracción VII del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y con relación al escrito recibido el 16 de febrero de 2000, a través del cual el licenciado Enrique Medina Reyes, corredor público número 1 en la Plaza del Estado de Chihuahua, solicita prórroga de licencia para continuar separado de sus funciones, da a conocer la siguiente Resolución:

"Con fundamento en los artículos 15 fracción VIII, 20 fracción V de la Ley Federal de Correduría Pública, 64 de su Reglamento, 29 fracciones VII, XI y XX del Reglamento Interior de esta Dependencia, y considerando como causa suficiente el hecho de ocupar un cargo de servidor público en el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores en el Estado de Chihuahua, actividad profesional que es incompatible con la función de corredor público, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ha resuelto otorgarle prórroga de licencia para separarse del ejercicio de sus funciones como corredor público número 1 en la plaza del Estado de Chihuahua, hasta por un año contado a partir del día 12 de marzo de 2000, siendo dicha licencia renunciante conforme lo señala la citada Ley. En razón de lo anterior, el sello oficial a su cargo seguirá bajo la custodia del Archivo General de Correduría Pública a cargo de esta Dirección General, en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 29 del Reglamento de la Ley Federal de Correduría Pública; asimismo el archivo de pólizas y actas, libros de registro autorizados e índices respectivo continuarán bajo la responsabilidad del licenciado Carlos Natividad Baray Sánchez, Corredor Público número 3 de la Plaza del Estado de Chihuahua, con quien tiene celebrado Convenio de Suplencia, en cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 59 y 60 del mencionado reglamento. Igualmente, hago de su conocimiento que su garantía deberá permanecer vigente y actualizada durante todo el tiempo que dure su licencia, conforme lo señalado en el artículo 25 del Reglamento de la mencionada Ley."

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 17 de febrero de 2000.- El Director General del Registro Mercantil y Correduría, Hugo Ricardo de la Rosa Guzmán.- Rúbrica.

PROYECTO de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización de bienes y servicios, mediante la integración de grupos de consumidores (sistemas de autofinanciamiento).

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

PROYECTO DE NORMA OFICIAL MEXICANA PROY-NOM-143-SCFI-2000, PRACTICAS COMERCIALES-ELEMENTOS NORMATIVOS PARA LA COMERCIALIZACION DE BIENES Y SERVICIOS, MEDIANTE LA INTEGRACION DE GRUPOS DE CONSUMIDORES (SISTEMAS DE AUTOFINANCIAMIENTO).

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en los artículos 34 fracciones XIII y XXX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 fracción V, 40 fracciones III, XII y XVIII, 47 fracción I de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, 33 de su Reglamento y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, expide el siguiente Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización de bienes y servicios, mediante la integración de grupos de consumidores.

De conformidad con el artículo 47 fracción I de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y 33 de su Reglamento, el Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-000-SCFI-2000 se expide para consulta pública a efecto de que dentro de los siguientes 60 días naturales, los interesados presenten sus comentarios ante el Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio, ubicado en avenida Puente de Tecamachalco número 6, colonia Lomas de Tecamachalco, Sección Fuentes, Naucalpan de Juárez, código postal 53950, Estado de México, teléfono 57 29 93 00, fax 57 29 94 84 y correo electrónico lfvazquez@secofi.gob.mx para que en los términos de la Ley se consideren en el seno del Comité que lo propuso.

Durante este lapso, la Manifestación de Impacto Regulatorio, a que se refiere el artículo 45 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, puede ser consultada gratuitamente en la biblioteca de la Dirección General de Normas de esta Secretaría, ubicada en el domicilio antes citado.

México, D.F., a 15 de marzo de 2000.- La Directora General de Normas, Carmen Quintanilla Madero-Rúbrica.

PROYECTO DE NORMA OFICIAL MEXICANA PROY-NOM-143-SCFI-2000, PRACTICAS COMERCIALES-ELEMENTOS NORMATIVOS PARA LA COMERCIALIZACION DE BIENES Y SERVICIOS, MEDIANTE LA INTEGRACION DE GRUPOS DE CONSUMIDORES (SISTEMAS DE AUTOFINANCIAMIENTO).

PREFACIO

En la elaboración del presente Proyecto de Norma Oficial Mexicana participaron las siguientes empresas e Instituciones:

- ASOCIACION DE BANQUEROS DE MEXICO, A.C.
- ASOCIACION MEXICANA DE ADMINISTRADORAS DE AUTOFINANCIAMIENTO, A.C.
- ASOCIACION MEXICANA DE ADMINISTRADORES Y PROMOTORES DE SISTEMAS DE AUTOFINANCIAMIENTO, A.C.
- ASOCIACION MEXICANA DE DISTRIBUIDORES DE AUTOMOTORES, A.C.
- AUTOFINANCIAMIENTO AUTOMOTRIZ, S.A. DE C.V.
- AUTOFINANCIAMIENTO COMERCIAL AMERICA, S.A. DE C.V.
- AUTOFINANCIAMIENTO DE AUTOMOVILES GUADALAJARA, S.A. DE C.V.
- AUTOFINANCIAMIENTO INTEGRAL, S.A. DE C.V.
- AUTOFINANCIAMIENTO PLAN DINAMICO, S.A. DE C.V.
- AUTOFINANCIAMIENTO TOTAL, S.A. DE C.V.
- BANCO DE MEXICO
 - Dirección General de Análisis del Sistema Financiero
 - Dirección General de Banca y Ahorro
- COMISION NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES
- CONAUTO, S.A. DE C.V.
- CONSORCIO CASAFIN, S.A. DE C.V.
- GRUPO FERROH 2000, S.A. DE C.V.
- PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
 - Subprocuraduría de Servicios al Consumidor
 - Subprocuraduría Jurídica
- SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL
 - Dirección General de Fomento al Comercio Interior
 - Dirección General de Normas
 - Dirección General de Política de Comercio Interior
 - Dirección General del Registro Mercantil y Correduría
 - Unidad de Desregulación Económica
- SECRETARIA DE GOBERNACION
 - Dirección General de Gobierno
- SISTEMA DE CREDITO AUTOMOTRIZ, S.A. DE C.V.
- SISTEMA UNICO DE AUTOFINANCIAMIENTO, S.A. DE C.V.

INDICE

Objetivo

Campo de aplicación

Definiciones

Disposiciones generales

Elementos informativos del contrato de adhesión

Vigilancia

Bibliografía

Concordancia con normas internacionales

1. Objetivo

Este Proyecto de Norma Oficial Mexicana establece los elementos mínimos de información que deben contener los contratos de adhesión que utilizan las empresas que administren sistemas de comercialización, mediante la integración de grupos de consumidores.

2. Campo de aplicación

Las disposiciones del presente Proyecto de Norma Oficial Mexicana, una vez que se publiquen en el Diario Oficial de la Federación en forma definitiva, son de observancia general y obligatoria en el territorio nacional para todos aquellos proveedores que se dediquen a la administración de sistemas de comercialización, consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero destinadas a la adquisición de determinados bienes muebles nuevos, inmuebles y la prestación de servicios.

3. Definiciones

Para efectos de este Proyecto de Norma Oficial Mexicana, se entiende por Consumidor, Proveedor, Secretaría y Procuraduría, lo señalado en la Ley Federal de Protección al Consumidor, y se establecen las siguientes definiciones:

3.1 Adjudicación

Procedimiento por el que se otorga al consumidor el derecho de recibir el bien o servicio contratado en el sistema de comercialización, por medio de sorteo, subasta, puntualidad, puntaje, antigüedad, entre otros.

3.2 Adjudicación directa

Procedimiento por el que se otorga el derecho a los beneficiarios del consumidor cuando éste fallezca, o al consumidor si cae en incapacidad total o permanente, de recibir el bien mueble, inmueble o la prestación de un servicio contratado por el consumidor. En este caso, la compañía aseguradora debe liquidar cuando menos las cuotas periódicas totales no vencidas que el consumidor adeudaba hasta la fecha de su fallecimiento o incapacidad total permanente.

3.3 Adjudicatario

El consumidor o su beneficiario que conforme a lo dispuesto en el contrato de adhesión respectivo tiene derecho a recibir o ha recibido el bien o la prestación del servicio objeto del mismo.

3.4 Aportación periódica

Monto de dinero establecido en el contrato de adhesión, que el consumidor debe pagar periódicamente, a cuenta del precio del bien mueble, inmueble o la prestación de un servicio contratado, más el factor de actualización del mismo, especificado en el contrato.

3.5 Contrato de adhesión

El documento elaborado unilateralmente por el proveedor para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de bienes muebles, inmuebles o la prestación de un servicio.

3.6 Cuota periódica total

La cantidad de dinero resultante de sumar la aportación periódica más los gastos de administración, prima del seguro de vida y demás conceptos previstos en el contrato de adhesión.

3.7 Grupo

Conjunto de consumidores cuyas aportaciones periódicas forman un fondo común a fin de obtener los bienes o servicios contratados.

3.8 Ley

Ley Federal de Protección al Consumidor.

3.9 Manual

El suplemento informativo elaborado por el proveedor para dar a conocer al consumidor las bases de funcionamiento del sistema de comercialización respectivo.

3.10 NOM

Norma Oficial Mexicana.

3.11 Remanente

Cantidad de dinero excedente, si la hubiese, al final del plazo de vigencia del grupo.

3.12 Sistemas de comercialización

Aquellos consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero, destinadas a la adquisición de determinados bienes muebles, inmuebles o la prestación de servicios y que son adjudicados y entregados a los consumidores bajo los procedimientos establecidos en el contrato de adhesión.

3.13 Sorteo

Procedimiento para obtener un resultado aleatorio o casual, mediante el cual se determina el orden que servirá para señalar los turnos de disposición de las adjudicaciones y de ser el caso dilucidar situaciones de empate.

3.14 Subasta

Procedimiento para la adjudicación de un bien o servicio al consumidor que ofrezca el mayor número de cuotas periódicas totales por adelantado.

3.15 Valor histórico

La cantidad de dinero, en términos nominales, que aporta el consumidor periódicamente.

3.16 Valor presente

La cantidad de dinero a precios actuales de los bienes o servicios contratados, actualizada de acuerdo con la fórmula pactada en el contrato de adhesión.

3.17 Valor promedio

La cantidad de dinero que resulta de dividir el importe total de las aportaciones periódicas que realice el consumidor, a valor histórico, entre el número de periodos transcurridos.

4. Disposiciones generales:

4.1 Los contratos de adhesión que deben utilizar los proveedores de los sistemas de comercialización, cumplirán con lo dispuesto en el presente Proyecto de NOM y además con lo siguiente:

4.1.1 Estar registrados ante la Procuraduría;

4.1.2 Estar escritos en idioma español, con caracteres legibles a simple vista, sin perjuicio de que además, se expresen en otros idiomas;

4.1.3 Celebrarse en moneda nacional. Cuando el bien o servicio objeto del contrato se ofrezca en otra moneda, por encontrarse o efectuarse en el extranjero, se puede contratar en moneda extranjera, especificándose el derecho del consumidor de realizar sus pagos en moneda nacional, de conformidad con la ley de la materia.

4.2 La adjudicación de bienes o servicios mediante la celebración de sorteos, debe sujetarse a lo dispuesto en la legislación aplicable a la materia.

4.3 Los proveedores deben entregar el manual al consumidor, antes de la firma del contrato de adhesión.

4.4 Los proveedores deben contar con un estudio actuarial donde se determine la viabilidad financiera del sistema de comercialización, elaborado por un despacho de reconocido prestigio, el cual debe actualizarse anualmente.

El estudio actuarial completo y sus respectivas actualizaciones deben ser entregados a la Procuraduría dentro de los 90 días naturales posteriores al cierre del ejercicio fiscal.

Los proveedores deben proporcionar a cada consumidor, antes de celebrar el contrato, un resumen del estudio actuarial vigente, en términos sencillos y comprensibles.

4.5 La determinación de las subastas más altas para el procedimiento de adjudicación debe ser constatada mediante fe de hechos realizada por un fedatario público.

4.6 La adjudicación mínima que deben efectuar los proveedores conforme a lo señalado en el inciso 5.2.1 de este Proyecto de NOM, puede realizarse mediante cualquiera de los procedimientos de adjudicación estipulados en el contrato de adhesión, excepto los de subasta y de adjudicación directa y, en cualquier caso, debe contar con la fe de hechos de un fedatario público.

4.7 Una vez que el consumidor entregue al proveedor la documentación necesaria para satisfacer los requisitos y garantías establecidos para la entrega del bien o servicio contratado y adjudicado, el proveedor en un plazo no mayor a 5 días naturales debe notificar por escrito al consumidor si cumplió o no los requisitos y/o las garantías.

4.8 La información y publicidad que difundan los proveedores por cualquier medio, sobre los sistemas de comercialización deben observar lo dispuesto en la Ley.

4.9 Los proveedores deben difundir periódicamente, cuando menos en uno de los periódicos de mayor circulación en el área geográfica de que se trate, la siguiente información:

4.9.1 Calendarización de los actos de adjudicación y reuniones;

4.9.2 Resultados de las adjudicaciones, y

4.9.3 En su caso, resultados del orden secuencial del sorteo.

4.10 La publicidad que utilizan los proveedores para dar a conocer los sistemas de comercialización no debe contener, en ningún caso, y bajo ninguna circunstancia, el nombre o logotipo de ninguna dependencia o entidad de la administración pública federal ni de la institución fiduciaria ni sugerir el respaldo o apoyo económico del Gobierno Federal o de la institución financiera que funge como fiduciaria.

5. Elementos Informativos del contrato de adhesión

5.1 El contrato de adhesión debe señalar:

5.1.1 Nombre y domicilio del proveedor y del consumidor.

5.1.2 Especificación y precio vigente del bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto del contrato de adhesión.

5.1.3 Número de consumidores que integran el grupo, así como la periodicidad de los eventos de adjudicación previstos en el sistema de comercialización.

5.1.4 Monto de la cuota de inscripción, y condiciones para su pago, en su caso.

5.1.5 Importe, frecuencia y fecha límite de pago de la cuota periódica total que debe cubrir el consumidor, desglosando:

5.1.5.1 Monto del pago proporcional del bien o servicio contratado, los factores de compensación y/o actualización, así como su forma de aplicación;

5.1.5.2 Costo de los seguros que contrate el proveedor a nombre del consumidor, y

5.1.5.3 Monto de los gastos de administración y los impuestos generados por este concepto.

5.1.6 Requisitos y garantías que el consumidor debe cubrir para que le sea entregado el bien o servicio contratado, una vez que éste haya sido adjudicado, así como el procedimiento que aplique el proveedor para evaluarlos y para notificar al consumidor el resultado correspondiente.

5.1.7 Procedimiento aplicable cuando el consumidor realice pagos por anticipado.

5.1.8 Procedimiento y plazo para la liquidación de los grupos, señalando el manejo de los remanentes derivados de dicha liquidación, el tiempo máximo para que el consumidor integrante del grupo obtenga su parte proporcional y el uso y destino de los remanentes cuando los consumidores, previamente informados, no soliciten su respectivo reintegro.

5.1.9 Procedimiento para acordar con los consumidores la sustitución de los bienes o servicios objeto del contrato porque se dejaron de producir o suministrar o no están disponibles.

5.1.10 Mecánica para la cesión de derechos y gastos que implica para el consumidor, en su caso.

5.1.11 Causas de terminación o rescisión del contrato de adhesión y penas convencionales.

5.1.12 Información sobre las características y cobertura de los seguros que se contraten en favor del consumidor y sobre el bien o servicio objeto del contrato, así como el nombre de la compañía aseguradora.

5.1.13 Vigencia del contrato de adhesión.

5.2 El contrato de adhesión debe contener, de manera textual, las siguientes cláusulas:

5.2.1 El proveedor se obliga a adjudicar por grupo, dentro de la periodicidad pactada en este contrato de adhesión, a partir de la primera reunión de adjudicación, cuando menos el bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto del presente contrato de adhesión, entre los consumidores que se encuentren al corriente en el pago de sus cuotas periódicas totales a la fecha límite de pago estipulada en este contrato de adhesión. Dicha adjudicación no podrá realizarse por el procedimiento de subasta. Cuando los recursos del grupo no sean suficientes, el proveedor debe aportar el capital necesario para realizar la adjudicación mínima. Dicha aportación le será restituida de las cuotas periódicas totales que paguen los consumidores en el periodo siguiente.

5.2.2 Una vez que el consumidor resulte adjudicado, el proveedor le entregará el bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto del presente contrato de adhesión, dentro de los 25 días naturales posteriores al cumplimiento de las garantías y requisitos que se establecen en este contrato de adhesión. De no cumplirse lo anterior el consumidor puede optar por:

a) Rescindir por escrito ante el proveedor este contrato de adhesión, obligándose el proveedor a devolver, en un plazo no mayor a 5 días naturales, el importe acumulado de las cuotas periódicas totales cubiertas a valor presente, descontándose la parte correspondiente al seguro de vida devengado y agregándose como pena convencional un interés equivalente a _____, sobre el precio total del bien o la prestación del servicio adjudicado, aplicado sobre el número de días transcurridos a partir de la fecha en que el consumidor haya cumplido con las garantías y requisitos estipulados en este contrato de adhesión.

b) Esperar tanto tiempo como sea necesario, obligándose el proveedor, en su caso, a absorber los incrementos en el precio del bien o la prestación del servicio. Adicionalmente, el proveedor se obliga a entregar al consumidor en la misma fecha en que se efectúe la entrega del bien o la prestación de las cuotas contratadas, los intereses por concepto de pena convencional calculados sobre el importe total de las cuotas periódicas totales cubiertas, equivalentes a _____, aplicados sobre el número de días transcurridos a partir de la fecha en que el consumidor haya cumplido con las garantías y requisitos que se estipulan en este contrato de adhesión. En este caso, el consumidor puede solicitar al proveedor que adquiera directamente con la empresa en la que el consumidor haya encontrado disponible el bien o la prestación del servicio contratado. De obtenerse algún descuento en esta transacción, de manera que el pago sea inferior al precio actualizado en este contrato de adhesión, el consumidor usará la diferencia para realizar pagos anticipados sobre el adeudo.

Nota 1: En caso de que en el contrato de adhesión se estipule que es el consumidor quien elija el bien inmueble, debe incluirse la cláusula siguiente:

c) El proveedor se obliga a entregar al consumidor en la misma fecha en que se concluya la transacción, los intereses por concepto de pena convencional calculados sobre el importe total de las cuotas periódicas totales cubiertas, equivalentes a _____, aplicados sobre el número de días transcurridos a partir de la fecha en que el consumidor haya cumplido con las garantías y requisitos estipulados en este contrato de adhesión. En caso de así desearlo, el consumidor puede optar por rescindir este contrato de adhesión mediante escrito dirigido al proveedor, obligándose éste a devolver al consumidor, en un plazo no mayor a 5 días naturales, el importe acumulado de las cuotas periódicas totales cubiertas, a valor presente, descontándose la parte correspondiente al seguro de vida utilizado y agregándose como pena convencional un interés equivalente a _____, sobre el precio total del bien o la prestación del servicio adjudicado, aplicado sobre el número de días transcurridos a partir de la fecha en que el consumidor haya cumplido con las garantías y requisitos estipulados en este contrato de adhesión.

5.2.3 Cualquier parte, dentro de los siguientes 5 días hábiles, contados a partir de la fecha de la celebración de este contrato de adhesión, podrá, mediante escrito, darlo por terminado sin responsabilidad alguna. En este caso, el proveedor debe devolver al consumidor lo que éste haya aportado hasta la fecha de la terminación, dentro de los 15 días naturales siguientes.

5.2.4 El proveedor se compromete a contestar por escrito al consumidor, en un plazo máximo de 10 días naturales, todas las dudas que éste le formule, respecto del contrato de adhesión, de la mecánica o de la viabilidad financiera del sistema de comercialización.

5.2.5 El proveedor contratará por cuenta y a nombre del consumidor, cuando éste sea una persona física, un seguro de vida e incapacidad total permanente a partir de la fecha del primer acto de adjudicación, de conformidad con la legislación aplicable, que cubra al menos, en forma proporcional, el precio del bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto de este contrato de adhesión, y cuyo destino preferente sea cubrir las cuotas periódicas totales con vencimiento posterior a la fecha del fallecimiento o incapacidad total permanente.

5.2.6 En caso de que el proveedor, sin causa justificada, omita contratar el seguro de vida e incapacidad total permanente, señalado en el punto anterior, será responsable de la adjudicación directa en favor de los beneficiarios del consumidor cuando éste fallezca o caiga en incapacidad total permanente, sin que pueda repercutir el costo de su omisión en el fondo común del grupo.

5.2.7 El consumidor participará en la primera reunión de adjudicación de su grupo dentro de los 60 días naturales (en caso de bienes muebles y servicios) o 120 días naturales (en caso de bienes inmuebles), siguientes a la fecha de este contrato de adhesión. En caso de incumplimiento por parte del proveedor, el consumidor podrá solicitar la devolución de las cantidades que éste haya erogado a favor del proveedor, más un porcentaje de _____, por concepto de pena convencional al proveedor. En este caso, el proveedor devolverá al consumidor dichas cantidades dentro de los 30 días naturales siguientes.

Nota 2: En las cláusulas contenidas en los literales a), b) y c) del inciso 5.2.2, así como del inciso 5.2.7, los espacios en blanco contendrán el monto de interés que será equivalente al mismo porcentaje a que se haga acreedor el consumidor adjudicatario por incumplimiento de pago ante el proveedor en ese periodo.

5.2.8 Cuando el consumidor resulte adjudicado simultáneamente por sorteo y/o cualquier otro procedimiento, será adjudicado por el mecanismo de sorteo.

5.2.9 Cuando dos o más consumidores resulten empatados mediante los procedimientos aplicables, la adjudicación se realizará atendiendo al procedimiento siguiente:

Nota 3: Se debe describir el procedimiento aplicable.

5.2.10 El proveedor se obliga a comunicar al consumidor en un plazo máximo de 30 días naturales siguientes a la fecha en que tenga lugar el hecho, la modificación a su cuota periódica total, de conformidad con lo establecido en este contrato de adhesión.

5.2.11 En caso de fallecimiento del consumidor o incapacidad total permanente, surgirá efecto la adjudicación directa a los beneficiarios que el consumidor señale en este contrato de adhesión.

5.2.12 El proveedor podrá rescindir este contrato de adhesión, por la falta de pago de _____, cuotas periódicas totales en su conjunto, por parte del consumidor. En este caso, el proveedor se obliga a notificar por escrito esta circunstancia al consumidor, y a devolver a éste el monto de sus aportaciones periódicas a valor histórico, menos _____, aportaciones periódicas a valor promedio, por concepto de pena convencional, dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de notificación de la rescisión.

5.2.13 El consumidor que no haya resultado adjudicado del bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto del contrato, podrá dar por terminado anticipadamente este contrato de adhesión, mediante escrito dirigido al proveedor. En este caso, el proveedor debe devolver el monto de las aportaciones periódicas que haya realizado el consumidor, a valor histórico, menos _____, aportaciones periódicas a valor promedio, por concepto de pena convencional, dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de terminación del contrato.

Nota 4: En las líneas en blanco de los incisos 5.2.12 y 5.2.13 debe incluirse el factor de competitividad a elección del proveedor de conformidad con la legislación aplicable.

5.2.14 El bien mueble o inmueble objeto de este contrato de adhesión, para ser entregado física o legalmente al consumidor, deberá contar con un seguro _____, con vigencia o prórroga obligatoria para todo el periodo en que se adeude parte del precio, y cuyo destino preferente sea cubrir las cuotas periódicas totales posteriores a la fecha en que se verifique el siniestro.

Nota 5: En las líneas en blanco del inciso 5.2.14 se debe hacer la descripción de un seguro típico del sector, que cubra el precio total del bien o la prestación del servicio.

El consumidor autoriza al proveedor para que contrate a su nombre, tanto el seguro inicial como las prórrogas. Se entiende que se otorga dicho consentimiento con la firma de este contrato de adhesión.

El proveedor puede incorporar a la cuota periódica total, las parcialidades del importe de este seguro. En el entendido de que no podrá contratar la póliza a tarifas más altas que las que rijan en el mercado para un seguro con alcances similares.

5.3 El contrato de adhesión debe incluir textualmente y de manera notoriamente ostensible, las siguientes advertencias para el consumidor:

"En términos de la legislación aplicable, este sistema de comercialización y las obligaciones contenidas en el contrato de adhesión no están respaldados ni apoyados por el Gobierno Federal ni por institución pública alguna ni por la institución financiera que presta el servicio de fideicomiso para la administración de los recursos del grupo."

Vic
5.4
contrib
comer
Regla
6.
6.
Diaric
lo dis
7.
7.
publi
7
de j
7
dici
Fed
pub
sis
Dla
ofic
oc
Of
Fe
e
F
11
11
11

5.4 El proveedor puede incorporar otras cláusulas en el contrato de adhesión siempre que éstas contribuyan a darle una mayor claridad y transparencia a las características y mecánica del sistema de comercialización, y siempre que sus términos no contravengan las disposiciones contenidas en la Ley, en el Reglamento, en este Proyecto de NOM y demás ordenamientos jurídicos aplicables.

6. Vigilancia

6.1 El incumplimiento a lo dispuesto en el presente Proyecto de NOM, una vez que se publique en el Diario Oficial de la Federación como norma definitiva, debe ser sancionado por la Procuraduría, conforme a lo dispuesto en la Ley, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y demás disposiciones aplicables.

7. Bibliografía

7.1 Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de marzo de 1928.

7.2 Ley Federal sobre Metrología y Normalización, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 1992.

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

7.4 Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 1999.

7.5 Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de junio de 1994.

7.6 Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994, Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de julio de 1994.

7.7 Norma Mexicana NMX-Z-13, Guía para la redacción, estructuración y presentación de las normas oficiales mexicanas. Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de octubre de 1977.

7.8 Reglamento del Artículo 29 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio de 1982 y abrogado mediante publicación en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 1994.

8. Concordancia con normas internacionales

8.1 Este Proyecto de Norma Oficial Mexicana no es equivalente con ninguna norma internacional por no existir referencia alguna en el momento de su elaboración.

México, D.F., a 15 de marzo de 2000.- La Directora General de Normas, Carmen Quintanilla Madero.-
Rúbrica.

RELACION de declaratorias de libertad de terreno número 13/2000.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial:

RELACION DE DECLARATORIAS DE LIBERTAD DE TERRENO 13/2000

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, a través de su Dirección General de Minas, con fundamento en los artículos 10. y 14 párrafo segundo de la Ley Minera; 60 fracción III y 33 de su Reglamento, y 34 fracción VIII del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y con motivo de la cancelación de las concesiones mineras correspondientes por la aceptación del desistimiento formulado por sus titulares en los términos de la Ley Minera y su Reglamento, resuelve.

PRIMERO.- Se declara la libertad de terreno de los lotes mineros que a continuación se listan, sin perjuicio de terceros:

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

NORMA Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales-Elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (sistemas de autofinanciamiento).

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en los artículos 34 fracciones XIII y XXX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 39 fracción V, 40 fracciones III y XII, 47 fracción IV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y 23 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y

CONSIDERANDO

Que es responsabilidad del Gobierno Federal procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional contengan la información necesaria con el fin de lograr una efectiva protección de los derechos del consumidor;

Que habiéndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización para la elaboración de proyectos de normas oficiales mexicanas, la Presidenta del Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio, ordenó la publicación del Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales-Elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (sistemas de autofinanciamiento), lo que se realizó en el Diario Oficial de la Federación el 31 de marzo de 2000, con objeto de que los interesados presentaran sus comentarios al citado Comité Consultivo que lo propuso;

Que durante el plazo de 60 días naturales contados a partir de la fecha de publicación de dicho proyecto de Norma Oficial Mexicana, la Manifestación de Impacto Regulatorio a que se refiere el artículo 45 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, estuvo a disposición del público en general para su consulta; y que dentro del mismo plazo, los interesados presentaron sus comentarios al proyecto de norma, los cuales fueron analizados por el citado Comité Consultivo, realizándose las modificaciones procedentes;

Que con fecha 25 de agosto de 2000 el Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio, aprobó por unanimidad la norma referida;

Que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que las normas oficiales mexicanas se constituyen como el instrumento idóneo para la protección de los intereses del consumidor, se expide la siguiente: Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales-Elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (sistemas de autofinanciamiento).

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Para los efectos correspondientes, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor 60 días naturales después de su publicación en el Diario Oficial de la Federación y cancela la Norma Oficial Mexicana de Emergencia NOM-EM-006-SCFI-1999, Prácticas comerciales-Sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores-Requisitos de información para los contratos de adhesión.

SEGUNDO.- Los proveedores que operen grupos totalmente integrados, en términos de lo dispuesto en las normas oficiales mexicanas NOM-037-SCFI-1994, Requisitos para los contratos en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores o NOM-EM-006-SCFI-1999, Prácticas comerciales-Sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores-Requisitos de información para los contratos de adhesión, continuarán aplicando esa normatividad en dichos grupos, hasta la conclusión de los mismos.

TERCERO.- Los proveedores que tengan grupos de consumidores que aún no están totalmente integrados, en términos de lo dispuesto en la citada NOM-EM-006-SCFI-1999, podrán incorporar a los consumidores necesarios para completar dichos grupos, y administrarlos hasta su conclusión, bajo esa misma normatividad.

CUARTO.- En su caso, la sustitución de consumidores en grupos integrados total o parcialmente, en términos de lo previsto en los artículos segundo y tercero transitorios, debe sujetarse a lo dispuesto en el numeral 4.10 y sus subincisos de esta Norma Oficial Mexicana.

QUINTO.- La incorporación de nuevos grupos de consumidores a fideicomisos ya constituidos debe sujetarse a las disposiciones del Banco de México.

México, D.F., a 13 de septiembre de 2000.- La Directora General de Normas, Carmen Quintanilla Madero.- Rúbrica.

**NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-143-SCFI-2000, PRÁCTICAS COMERCIALES-ELEMENTOS
NORMATIVOS PARA LOS SISTEMAS CONSISTENTES EN LA INTEGRACIÓN DE GRUPOS DE
CONSUMIDORES PARA LA ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS (SISTEMAS DE
AUTOFINANCIAMIENTO)**

PREFACIO

En la elaboración de la presente Norma Oficial Mexicana participaron las siguientes empresas e instituciones:

- | | |
|--|---|
| - ASOCIACION DE BANQUEROS DE MEXICO, A. C. | |
| - ASOCIACION MEXICAÑA DE ADMINISTRADORAS DE AUTOFINANCIAMIENTO, A. C. | |
| - ASOCIACION MEXICANA DE ADMINISTRADORES Y PROMOTORES DE SISTEMAS DE AUTOFINANCIAMIENTO, A. C. | 1. |
| - ASOCIACION MEXICANA DE DISTRIBUIDORES DE AUTOMOTORES, A. C. | 2. |
| - AUTO HOGAR GUADALAJARA, S.A. DE C.V. | 3. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO AUTOMOTRIZ, S.A. DE C.V. | 4. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO COMERCIAL AMERICA, S.A. DE C.V. | 5. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO DE AUTOMOVILES GUADALAJARA, S.A. DE C.V. | 6. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO DE AUTOMOVILES MONTERREY, S.A. DE C.V. | 7. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES, S.A. DE C.V. | 8. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO INTEGRAL, S.A. DE C.V. | 10. |
| - AUTOFINANCIAMIENTO TOTAL, S.A. DE C.V. | 1. O |
| - BANCO DE MEXICO: Dirección de Disposiciones de Banca Central Dirección General de Análisis del Sistema Financiero | Este servicio destinado de información para la decisión |
| - BIENES PROGRAMADOS, S.A. DE C.V. | 2. C |
| - COMISION FEDERAL DE COMPETENCIA: Dirección General de Regulación Internacional | Las territorios y servicios |
| - COMISION FEDERAL DE MEJORA REGULATORIA | 3. C |
| - COMISION NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES: Vicepresidencia de Análisis Financiero y Desarrollo | Par |
| - CONAUTO, S.A. DE C.V. | 3.1 |
| - CONSORCIO CASAFIN, S.A. DE C.V. | Al a |
| - CONSORCIO FIRME PLUS, S.A. DE C.V. | al corri |
| - FUNDACION DE USUARIOS DE AUTOFINANCIAMIENTO DE MEXICO 2000, A. C. | contra |
| - GRUPO AFIMEX, S.A. DE C.V. | proce |
| - GRUPO FERROH 2000, S.A. DE C.V. | 3.1 |
| - GRUPO FIRME PLUS, S.A. DE C.V. | Al |
| - HABITAT PROMOTOR INMOBILIARIO, S.A. DE C.V. | recibir |
| - OPCION PROA, S.A. DE C.V. | sufre C |
| - PLAN DINAMICO, S.A. DE C.V. | 3.1 |
| - PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR: Subprocuraduría Jurídica, Dirección General Jurídica Consultiva Subprocuraduría de Servicios al Consumidor, Dirección General de Quejas y Conciliación | Al en qu |
| - QUALITUM AUTOFINANCIAMIENTO, S.A. DE C.V. | 3. |
| - SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL: Dirección General de Fomento al Comercio Interior Dirección General de Normas Dirección General de Política de Comercio Interior y Abasto Dirección General de Normatividad Mercantil | Al cuota: 3. Al secue- caso. |

ELEMENTOS
GRUPOS DE
M... DE

empresas e

STEMAS DE

- SECRETARIA DE GOBERNACION:
Dirección General de Gobierno
- SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO:
Dirección General de Banca y Ahorro
- SISTEMA DE CREDITO AUTOMOTRIZ, S.A. DE C.V.
- SISTEMA UNICO DE AUTOFINANCIAMIENTO, S.A. DE C.V.
- TU CASA EXPRESS, S.A. DE C.V.

INDICE

1. Objetivo
 2. Campo de aplicación
 3. Definiciones
 4. Disposiciones generales
 5. De la información al consumidor
 6. Del contrato de adhesión
 7. Vigilancia
 8. Bibliografía
 10. Concordancia con normas internacionales
1. Objetivo

Esta Norma Oficial Mexicana establece las características de los sistemas para la adquisición de bienes y servicios, mediante la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero destinadas a ese propósito, así como la información que se debe proporcionar al consumidor y los elementos de información que debe contener el contrato de adhesión que se utiliza para formalizar este tipo de operaciones, a fin de que los consumidores puedan disponer de información clara y suficiente para tomar la decisión más adecuada a sus necesidades.

2. Campo de aplicación

Las disposiciones de la presente Norma Oficial Mexicana son de observancia general y obligatoria en el territorio nacional, para todos los proveedores y comercializadores de sistemas para la adquisición de bienes y servicios mediante la integración de grupos de consumidores.

3. Definiciones

Para efectos de esta Norma Oficial Mexicana se entiende por:

3.1 Adjudicación

Al acto periódico mediante el cual se determina a cuál o cuáles integrantes del grupo, que se encuentren al corriente en el pago de sus cuotas periódicas totales, corresponde el derecho de recibir el bien o servicio contratado, mediante la aplicación de los procedimientos previstos en el contrato de adhesión. Los procedimientos de adjudicación pueden ser, entre otros:

3.1.1 Adjudicación directa

Al procedimiento por el que se hace efectivo el derecho del integrante del grupo o su beneficiario de recibir el bien o servicio contratado, cuando el consumidor, durante la vigencia del contrato de adhesión, sufre de incapacidad permanente total o fallece.

3.1.2 Antigüedad o permanencia

Al procedimiento para adjudicar al consumidor el bien o servicio contratado, tomando en cuenta la fecha en que contrató el sistema de autofinanciamiento.

3.1.3 Puntuación o porcentaje

Al procedimiento para adjudicar al consumidor el bien o servicio contratado, considerando el número de cuotas periódicas totales o parciales pagadas por él, así como las fechas en que se realizaron estos pagos.

3.1.4 Sorteo

Al procedimiento para obtener un resultado aleatorio o casual, mediante el cual se determina el orden secuencial que servirá para señalar los turnos de disposición de las adjudicaciones de los grupos y, de ser el caso, dilucidar situaciones de empate.

3.1.5 Subasta

Al procedimiento para adjudicar un bien o servicio al integrante que ofrezca, en su grupo, el pago adelantado del mayor número de cuotas periódicas totales, menos el importe correspondiente al seguro de vida e incapacidad permanente total. En su caso pueden tomarse en cuenta los pagos realizados por el consumidor.

3.2 Bienes y servicios

A las cosas o prestaciones de hacer determinados o determinables, cuya adquisición puede realizarse a través del sistema de autofinanciamiento.

3.2.1 Bienes inmuebles

Al suelo y al subsuelo, así como todos aquellos elementos adheridos a éstos.

3.2.2 Bienes muebles

A los cuerpos que pueden trasladarse de un lugar a otro, ya se muevan por sí mismos, ya por efecto de una fuerza exterior, incluyendo, entre otros a los vehículos automotores, maquinaria agrícola e industrial, equipos propios para actividades profesionales y técnicas y/o enseres para el hogar, siempre que sean nuevos.

3.2.3 Servicios

A las prestaciones a cargo del proveedor o suministrador, consistentes en la realización de un hecho a favor o en beneficio del consumidor, independientemente de que la prestación del hecho conlleve además o accesorariamente la transmisión de bienes muebles y/o el uso de bienes muebles o inmuebles, por ejemplo, los servicios turísticos. Están excluidos los servicios profesionales, laborales y financieros, así como los arrendamientos y demás servicios no considerados en la Ley.

3.2.3.1 Servicios inmobiliarios

A los consistentes en la construcción, ampliación o remodelación de bienes inmuebles.

3.3 Consumidor

A la persona física o moral que, como destinatario final, contrata un sistema de autofinanciamiento para la adquisición de bienes y/o servicios. A partir de la contratación, el consumidor puede asumir las siguientes calidades o caracteres:

3.3.1 Solicitante

Es la calidad del consumidor desde que firma el contrato de adhesión con el proveedor, hasta que es integrado a un grupo de consumidores.

3.3.2 Integrante

A la calidad del consumidor, a partir de que el proveedor lo incorpora a un grupo de consumidores, hasta que resulta adjudicatario.

3.3.3 Adjudicatario

A la calidad que adquiere el consumidor integrante cuando éste o su beneficiario obtiene el derecho de recibir el bien o servicio objeto del contrato de adhesión, conforme a lo dispuesto en el propio contrato de adhesión.

3.3.4 Adjudicado

A la calidad que adquiere el consumidor integrante cuando él o su beneficiario recibe el bien o servicio contratado, conforme a lo dispuesto en el contrato de adhesión respectivo.

3.4 Contrato de adhesión

Al documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la comercialización de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, a través de sistemas de autofinanciamiento.

3.5 Cuota periódica total

A la cantidad de dinero que debe pagar el consumidor periódicamente, durante la vigencia del contrato de adhesión y que resulta de sumar el importe de los siguientes conceptos:

3.5.1 Aportación periódica

Al monto de dinero que debe pagar el consumidor a cuenta del precio del bien o servicio contratado.

3.5.2 Cuota

Al monto de para la organización que contrata.

3.5.3 Costo

Al monto de permanente total.

3.5.4 Otros**3.6 Estudio**

Al documento obtenidos en la

3.7 Fideicomiso

Al contrato aplicables, cuyos bienes muebles

3.8 Fondo

A las aportaciones derivadas de consumidores.

3.9 Grupo

Al conjunto de autofinanciamientos servicios con contrato de adhesión.

3.10 Institución

A la que otorga el Crédito, que

3.11 Institución

A la institución del sistema de

3.12 Ley

A la Ley

3.12 Manual

Al documento bases de funcionamiento

3.13 Nota

A la prescripción

3.14 Procedimiento

A la Procedimiento

3.15 Procedimiento

A la persona

3.16 Regla

Al Reglamento

3.17 Regla

A la cantidad alcanzada

3.18 Sistema

Al sistema periódico de

3.18 Sistema

determinado

Martes 19 de septiembre de 2000

3.5.2 Cuota de administración

Al monto de dinero que debe pagar el consumidor por los diversos actos que debe realizar el proveedor para la organización, administración y consecución de los fines del sistema de autofinanciamiento que contrata.

3.5.3 Costo del seguro de vida e incapacidad permanente total

Al monto de dinero que debe pagar el consumidor para cubrir la prima del seguro de vida e incapacidad permanente total que contrató el proveedor a nombre y por cuenta del consumidor.

3.5.4 Otros conceptos que se estipulen en el contrato de adhesión.**3.6 Estudio actuarial**

Al documento elaborado por un profesional en la materia, en el que se dan a conocer los resultados obtenidos en la investigación y análisis de la viabilidad financiera de un sistema de autofinanciamiento.

3.7 Fideicomiso

Al contrato celebrado entre el proveedor y una institución fiduciaria, conforme a las disposiciones legales aplicables, cuya finalidad es la administración de los recursos de los consumidores para la adquisición de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, en los términos del Reglamento.

3.8 Fondo común

A las aportaciones periódicas de un grupo, disponibles en el fideicomiso para solventar los compromisos derivados de cada acto de adjudicación y para reintegrar, en su caso, las aportaciones periódicas a los consumidores, cuando así proceda.

3.9 Grupo

Al conjunto finito de un número predeterminado de consumidores integrados al sistema de autofinanciamiento, cuyas aportaciones periódicas forman el fondo común destinado a adquirir los bienes o servicios contratados, mediante la aplicación de los procedimientos de adjudicación señalados en el contrato de adhesión.

3.10 Institución bancaria

A la que presta el servicio de banca y crédito, constituida y regulada por la Ley de Instituciones de Crédito, que recibe el pago de las cuotas periódicas totales.

3.11 Institución fiduciaria

A la institución que, conforme a las disposiciones legales aplicables, opera el fideicomiso o fideicomisos del sistema de autofinanciamiento.

3.12 Ley

A la Ley Federal de Protección al Consumidor.

3.12 Manual

Al documento informativo que elabora el proveedor para dar a conocer al consumidor las características y bases de funcionamiento del sistema de autofinanciamiento que comercializa.

3.13 NOM

A la presente Norma Oficial Mexicana.

3.14 Procuraduría

A la Procuraduría Federal del Consumidor.

3.15 Proveedor

A la persona moral que administra y comercializa el sistema de autofinanciamiento.

3.16 Reglamento

Al Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores.

3.17 Remanente

A la cantidad de dinero excedente, si lo hubiera, del fondo común de un grupo de consumidores, una vez alcanzado el objetivo del mismo y concluida su vigencia.

3.18 Sistema de autofinanciamiento

Al sistema de comercialización consistente en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por el proveedor, destinadas a la adquisición de determinados bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios.

3.19 Suministrador

A la persona física o moral que, habitual o periódicamente, provee o abastece los bienes muebles o servicios no inmobiliarios, conforme a lo dispuesto en el Reglamento. Tratándose de bienes inmuebles y servicios inmobiliarios, el suministrador es la persona que enajena al adjudicatario el inmueble o presta el servicio inmobiliario.

3.20 Valor de las aportaciones

A la suma de las aportaciones periódicas pagadas por el consumidor, misma que puede determinarse conforme a lo siguiente:

3.20.1 Valor histórico

A la cantidad que resulta de sumar las aportaciones periódicas pagadas por el consumidor, en términos nominales.

3.20.2 Valor histórico promedio

A la cantidad que resulta de dividir el monto del valor histórico entre el número de aportaciones pagadas.

3.20.3 Valor presente

A la cantidad que resulte de multiplicar el número de aportaciones pagadas por el consumidor por el valor de la aportación periódica que en términos del contrato de adhesión se encuentra vigente.

3.21 Viabilidad financiera

Al supuesto de que los saldos de todos los grupos de consumidores, en forma particular y agregada, no sean negativos al cierre de cada periodo, tomando en consideración los recursos disponibles y las reservas preventivas del proveedor.

4. Disposiciones generales

4.1 La operación de los sistemas de autofinanciamiento a los que se refiere el artículo 63 de la Ley, debe cumplir con lo dispuesto en ella, su Reglamento y en esta NOM.

4.2 El sistema de autofinanciamiento debe integrarse con grupos cerrados de un máximo de 180 consumidores, cuando se trate de bienes muebles y servicios no inmobiliarios, o de 600 para el caso de bienes inmuebles y servicios inmobiliarios.

4.3 El plazo del contrato de adhesión, tratándose de la adquisición de bienes muebles nuevos o la prestación de servicios no inmobiliarios, no debe exceder de 5 años. Tratándose de inmuebles o servicios inmobiliarios, el plazo no debe exceder de 20 años.

4.4 Cuando se ofrezcan bienes o servicios de valor heterogéneo dentro de un mismo grupo, la diferencia entre el de menor valor y el de mayor valor no debe exceder de 300%.

4.5 El proveedor debe contar con un estudio actuarial en el que se dictamine la viabilidad financiera del sistema de autofinanciamiento que comercializa o pretende comercializar. Dicho estudio actuarial debe elaborarlo un profesional en la materia, que sea ajeno al proveedor, y sujetarse a lo siguiente:

4.5.1 Evaluar la viabilidad financiera del sistema, considerando:

4.5.1.1 Los términos y condiciones del contrato de adhesión correspondiente.

4.5.1.2 El plan de negocios del proveedor, considerando aspectos tales como mercado objetivo, número de grupos a integrar y rangos del valor del bien o servicio.

4.5.1.3 Estadísticas, por grupo, de las variables necesarias para medir y evaluar el comportamiento del sistema en los últimos 5 años, cuando se trate del estudio actuarial de un sistema en operación.

4.5.1.4 Tratándose de la actualización del estudio actuarial, estadísticas, por grupo, de las variables necesarias para medir y evaluar:

4.5.1.4.1 La creación de grupos y el comportamiento de los mismos.

4.5.1.4.2 La aplicación y cumplimiento de las cláusulas contenidas en el contrato de adhesión.

4.5.1.4.3 Modificaciones en las variables, hipótesis y escenarios derivadas del comportamiento del sistema en el periodo analizado.

4.5.1.4.

4.5.2 I
consumido
del provee
convencio
pagos ade
función de
común; re

4.5.3 (

4.5.3.1

4.5.3.2
correspon

4.5.3.3
comentari

4.5.3.

4.5.3.

4.5.3.
el plazo c

4.5.3.

4.5.3.

4.5.3.
para gar

4.5.3

4.5.3

[nom
número
de Educ

respons:
autorida

establec
es conf

cumpla
[requ

Prot.

[non
4.5.

los datc
4.5.

4.5.

4.5.

4.5

4.5
conform

4.5

registr
4.5

Procur

4.5

utiliza
la mor

Martes 19 de septiembre de 2000

DIARIO OFICIAL

4.5.1.4.4 Posibles riesgos.

4.5.2 El análisis estadístico de los estudios actuariales debe considerar variables tales como: consumidores iniciales y actuales; consumidores adjudicados y no adjudicados; cancelaciones y rescisiones del proveedor y del consumidor, antes y después de la adjudicación; ingresos y egresos por penas convencionales; adjudicaciones, por procedimiento, y valor; número de subastas y de cuotas subastadas; pagos adelantados antes y después de la adjudicación; mora; cartera vencida; composición del grupo en función del valor o los valores mínimos y máximos de los bienes o servicios contratados; saldos del fondo común; recursos aportados por el proveedor, y cualquier otra variable que resulte relevante.

4.5.3 Contener, al menos, la siguiente información:

4.5.3.1 Disposiciones jurídicas aplicables.

4.5.3.2 Descripción del sistema de autofinanciamiento objeto del estudio y del contrato de adhesión correspondiente, mismo que debe formar parte del estudio.

4.5.3.3 Descripción y análisis de la información estadística utilizada para realizar el estudio, así como comentarios sobre la calidad de la misma y el tratamiento de los datos.

4.5.3.4 Descripción de los supuestos o hipótesis utilizados en los cálculos.

4.5.3.5 Descripción del modelo utilizado.

4.5.3.6 Resultados de las proyecciones, especificando el saldo esperado al final de cada mes, para todo el plazo del contrato.

4.5.3.7 Cuantificación de los requerimientos de fondos propios del proveedor para cubrir posibles déficits.

4.5.3.8 Descripción de las condiciones o requerimientos externos e internos que debe cubrir el proveedor para garantizar la viabilidad financiera del sistema.

4.5.3.9 Fecha de realización.

4.5.3.10 La siguiente cláusula textual:

[nombre del profesional que realizó el estudio actuarial], licenciado en actuaria, con cédula profesional número [número de la cédula profesional] registrada en la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública, el [fecha del registro de la cédula profesional], hace constar bajo su estricta responsabilidad y enterado de las penas en que incurrir las personas que declaran con falsedad ante una autoridad administrativa, que el presente estudio actuarial fue elaborado de conformidad con los requisitos establecidos en la NOM [nomenclatura de la NOM], y que el sistema de autofinanciamiento que se dictamina es conforme a la opinión profesional del suscrito, financieramente viable, siempre y cuando el proveedor cumpla con los requisitos que en él se precisan y que, en síntesis, son los siguientes:

[requisitos]

Protesto lo necesario

[nombre y firma del actuario]

4.5.4 Incluir un resumen del mismo, descrito en términos sencillos y comprensibles, en el que se aborden los datos relevantes para los consumidores, incluyendo, al menos:

4.5.4.1 Breve descripción del sistema.

4.5.4.2 Enumeración de los supuestos utilizados en el estudio.

4.5.4.3 Opinión del actuario respecto de la viabilidad financiera del sistema.

4.5.4.4 Fecha de realización.

4.5.5 Elaborarse y proporcionarse a la Procuraduría versiones completas de los estudios actuariales, conforme a lo siguiente:

4.5.5.1 El estudio actuarial inicial de un nuevo sistema de autofinanciamiento, cuando se solicite el registro del contrato de adhesión correspondiente.

4.5.5.2 La actualización del estudio actuarial debe elaborarse anualmente y proporcionarse a la Procuraduría dentro de los 90 días naturales posteriores al cierre del ejercicio fiscal correspondiente.

4.5.5.3 Tratándose de modificaciones al sistema de autofinanciamiento, que se refieran a las variables utilizadas en el estudio actuarial inicial, debe presentarse la actualización de dicho estudio cuando se solicite la modificación del contrato de adhesión correspondiente.

4.6 El proveedor es responsable por el incumplimiento de sus obligaciones contenidas en el contrato de adhesión, aun cuando la promoción y comercialización del sistema de autofinanciamiento se realice a través de comisionistas o terceras personas.

4.7 No deben transferirse recursos u otorgarse financiamientos entre los grupos del sistema de autofinanciamiento, ni establecerse cualquier otro tipo de relación patrimonial entre los mismos.

4.8 El proveedor no debe entregar recursos líquidos al consumidor, salvo en casos de cancelación o rescisión del contrato de adhesión, o por la distribución del remanente correspondiente.

En su caso, las diferencias que hubiera a favor del consumidor o adjudicatario durante la operación del sistema de autofinanciamiento, deben abonarse a las cuotas periódicas totales no vencidas que éste adeude.

4.9 El consumidor puede ceder los derechos y obligaciones derivados del contrato de adhesión, previa autorización, por escrito, del proveedor.

4.10 El proveedor puede sustituir a integrantes de un grupo sólo por la cesión de derechos, cancelación o rescisión del contrato de adhesión. En este caso, la vigencia de los contratos de adhesión que se celebren debe expirar en la misma fecha en la que concluya la vigencia del grupo. Dicha vigencia debe ser igual a la establecida en los contratos de adhesión celebrados con los integrantes que participaron en el primer acto de adjudicación del mismo.

Para el pago del importe total de las aportaciones periódicas devengadas, el proveedor puede ofrecer al integrante sustituto cualquiera de las siguientes alternativas:

4.10.1 Realizar el pago íntegramente, en el momento de celebrar el contrato de adhesión.

4.10.2 Prorratar dicho importe entre las cuotas periódicas totales pendientes de pago.

4.11 En materia de garantías, el sistema de autofinanciamiento debe sujetarse a lo siguiente:

4.11.1 El proveedor debe sujetarse a lo previsto en el Reglamento.

4.11.2 El proveedor debe solicitar al adjudicatario garantías suficientes para solventar el pago de las cuotas periódicas totales que, al momento de la entrega del bien o la prestación del servicio, aún no sean exigibles, conforme a lo siguiente:

4.11.2.1 Garantía prendaria, cuando se trate de bienes muebles o servicios.

4.11.2.2 Garantía hipotecaria, cuando se trate de inmuebles o servicios inmobiliarios.

4.11.2.3 Otras garantías que se establezcan en el contrato de adhesión.

4.11.3 Cuando el proveedor requiera aclarar o precisar las garantías que ofrece el adjudicatario, debe hacerlo del conocimiento de éste, por escrito, en un plazo no mayor de 10 días naturales para bienes muebles y servicios o de 20 días naturales tratándose de garantías sobre bienes inmuebles, contados a partir de que recibió la documentación correspondiente.

Se entenderá que las garantías fueron aceptadas cuando el proveedor no haya manifestado lo contrario en la forma y plazo señalados.

4.11.4 La propiedad de los bienes no debe quedar a favor del proveedor en ningún caso y bajo ninguna circunstancia, independientemente de las figuras o actos jurídicos que utilice el proveedor para entregar el bien o servicio al adjudicatario.

4.11.5 El instrumento mediante el cual se formalice la garantía otorgada por el adjudicatario, debe contener una cláusula que especifique: "En caso de hacerse efectiva la garantía, las aportaciones periódicas recuperadas deben afectarse directamente al patrimonio del fideicomiso correspondiente".

4.12 El proveedor debe celebrar actos de adjudicación con la misma frecuencia con la que el consumidor tenga que realizar el pago de las cuotas periódicas totales.

4.13 Los procedimientos de adjudicación deben estar perfectamente definidos en el manual y en el contrato de adhesión, y deben operarse ante la presencia de un fedatario público. Los sorteos se regirán en términos de la Ley Federal de Juegos y Sorteos.

Cuando el proveedor establezca procedimientos de adjudicación distintos a los previstos en los numerales 3.1.1 a 3.1.5 de esta NOM, debe señalarlo expresamente a la Procuraduría, al momento de solicitar el registro del contrato de adhesión correspondiente, indicándole las características de dichos procedimientos.

4.14 La adju
6.3.3 de esta N
necesarios par
para incremen
restituidos a v
todos los consu

4.15 El pag

4.15.1 La
fideicomiso co

4.15.2 El
instituciones
correspondier

4.15.3 El
estos efectos
tendrán com

4.16 El p
tomando en

Tratando
incremento e

4.17 La
las penas co

4.17.1 E

4.17.2 E
establezca
periódicas,
valor prese

4.17.3 E
que aplique

4.17.4
que tenga

4.18 E
terminació
totalidad d

4.19 L
distribuir,
del fondo
contratado
contrato c

5. De

5.1 L
conocer
ninguna
nombre
institución

5.2 E
en los q
los siste

5.2.1
aportan
y servici

5.2.2
de diner

4.14 La adjudicación de bienes o servicios adicionales a la mínima adjudicación, prevista en el numeral 6.3.3 de esta NOM, no deben afectar la viabilidad financiera del grupo ni comprometer los recursos que sean necesarios para realizar las adjudicaciones mínimas subsecuentes. Cuando el proveedor aporte recursos para incrementar el número de adjudicaciones en forma distinta a la adjudicación mínima, éstos le serán restituidos a valor presente y sin intereses, una vez que se entreguen los bienes y servicios contratados a todos los consumidores del grupo.

4.15 El pago de las cuotas periódicas totales que realice el consumidor, debe sujetarse a lo siguiente:

4.15.1 La primera puede pagarse directamente al proveedor, y éste debe afectarla a la cuenta del fideicomiso correspondiente a más tardar, dentro de los tres días hábiles bancarios siguientes.

4.15.2 El pago de las cuotas periódicas totales siguientes debe efectuarse directamente en las instituciones bancarias que determine el proveedor a la o las cuentas cuyo titular debe ser el fideicomiso correspondiente.

4.15.3 El proveedor debe expedir recibo o comprobante por cada pago que realice el consumidor. Para estos efectos, los comprobantes de los pagos debidamente requisitados ante las instituciones bancarias se tendrán como recibo y serán reconocidos por el proveedor.

4.16 El proveedor debe determinar el factor de actualización del valor del bien o servicio contratado, tomando en cuenta la variación del precio del bien o servicio durante el periodo contratado.

Tratándose de bienes inmuebles y servicios inmobiliarios, el factor de actualización puede vincularse al incremento en el salario mínimo general.

4.17 La cancelación y/o la rescisión del contrato de adhesión debe notificarse de manera indubitable, y las penas convencionales que correspondan están sujetas a lo siguiente:

4.17.1 Establecerse en el contrato de adhesión, procurando siempre la reciprocidad para las partes.

4.17.2 Determinarse en función del número de aportaciones periódicas, a valor histórico promedio, que establezca el proveedor. Cuando se establezca una pena convencional de más de dos aportaciones periódicas, el monto reembolsable de los pagos realizados por el consumidor debe calcularse a valor presente.

4.17.3 El proveedor debe afectar al fondo común del grupo, el importe total de las penas convencionales que aplique por la cancelación o rescisión del contrato de adhesión.

4.17.4 El proveedor no debe cargar al fondo común del grupo, el importe de las penas convencionales que tenga que pagar por la rescisión del contrato de adhesión, por causas imputables a él.

4.18 El proveedor debe realizar la liquidación del grupo, dentro de los 60 días naturales siguientes a la terminación de la vigencia del grupo, establecida en el contrato de adhesión, y se hayan entregado la totalidad de los bienes o servicios a los adjudicatarios del grupo.

4.19 Una vez realizada la liquidación del grupo, señalada en el numeral anterior, el proveedor debe distribuir, dentro de los 60 días naturales siguientes a dicha liquidación, por lo menos, el 50% del remanente del fondo común, si lo hubiera, entre los adjudicados que pagaron todas las cuotas periódicas totales contratadas, en proporción directa a las que fueron pagadas puntualmente en los términos establecidos en el contrato de adhesión.

5. De la información al consumidor

5.1 La información y publicidad que los proveedores exhiban o difundan por cualquier medio para dar a conocer los sistemas de autofinanciamiento, deben observar lo dispuesto en la Ley. En ningún caso y bajo ninguna circunstancia, no prevista en esta NOM ni en otro ordenamiento aplicable, podrán contener el nombre o logotipo de dependencias, entidades u organismos de la administración pública federal ni de institución de crédito alguna, y en ningún caso sugerir el respaldo o apoyo económico de las mismas.

5.2 El proveedor debe exhibir a la vista del consumidor, en todos los establecimientos y puntos de venta en los que se ofrezca el sistema de autofinanciamiento, los siguientes "Consejos y recomendaciones sobre los sistemas de autofinanciamiento":

5.2.1 Los sistemas de autofinanciamiento consisten en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para la adquisición de bienes muebles nuevos, inmuebles y servicios.

5.2.2 Los sistemas de autofinanciamiento son sistemas de comercialización que no permiten la entrega de dinero ni el otorgamiento de préstamos a los consumidores.

5.2.3 El proveedor no puede garantizar la adjudicación del bien o servicio en un lapso predeterminado, pues debe sujetarse a la aplicación de los procedimientos previamente definidos, dentro de la vigencia del contrato.

5.2.4 El consumidor participará en los actos de adjudicación siempre que se encuentre al corriente y pague puntualmente la cuota periódica total correspondiente.

5.2.5 La cancelación o rescisión del contrato está sujeta a penas convencionales, las cuales deben estar claramente especificadas en el contrato de adhesión.

5.2.6 El sistema de autofinanciamiento debe contar con un estudio actuarial de viabilidad financiera. El proveedor debe poner a disposición del consumidor el resumen correspondiente.

5.2.7 La operación del sistema de autofinanciamiento es responsabilidad exclusiva del proveedor y no cuenta con el respaldo económico ni financiero del gobierno federal ni de institución bancaria alguna.

5.2.8 Solicite al proveedor el manual y el documento que describa las características y especificaciones más relevantes del sistema de autofinanciamiento que está ofreciéndole, analícelos con cuidado y formule los cuestionamientos necesarios para que se aclaren todas sus dudas.

5.2.9 Lea con detenimiento el contrato de adhesión antes de firmarlo.

5.2.10 Consulte la NOM [código, título y fecha de publicación de esta NOM].

5.3 Antes de contratar, el proveedor debe cumplir con lo siguiente:

5.3.1 Proporcionar al consumidor, al menos, la siguiente información:

5.3.1.1 Tipo y, en su caso, precio vigente del bien o servicio cuya adquisición se ofrece a través del sistema de autofinanciamiento.

5.3.1.2 Número de integrantes del grupo.

5.3.1.3 Vigencia del contrato, señalando el procedimiento y el plazo para la liquidación del grupo.

5.3.1.4 Cuota de inscripción, si la hubiera, y cuota periódica total, especificando los conceptos y montos de sus componentes, e indicando los términos en que dichos montos se actualizan periódicamente, así como los intereses moratorios que, en su caso, se causen.

5.3.1.5 Periodicidad y plazos máximos para realizar los pagos de las cuotas periódicas totales, así como el nombre de la o las instituciones bancarias en las que deben efectuarse dichos pagos.

5.3.1.6 Frecuencia de los actos de adjudicación y procedimientos que se utilizan.

5.3.1.7 Cómo, cuándo y quién entrega el bien o servicio objeto del sistema de autofinanciamiento. En su caso, el procedimiento para que el consumidor elija al suministrador del bien o servicio.

5.3.1.8 Procedimiento para que el consumidor pueda sustituir el bien o servicio, así como los gastos adicionales que se ocasionan, en su caso.

5.3.2 Facilitar al consumidor el manual y el contrato de adhesión correspondientes, solicitándole que los revise con detenimiento.

5.3.3 Entregar al consumidor un documento en el que se describan las especificaciones más relevantes del sistema de autofinanciamiento que ofrece, el cual debe contener, al menos, la siguiente información:

5.3.3.1 Que los bienes y servicios que se contraten no se adjudicarán en un lapso predeterminado, sino conforme a los resultados que se obtengan en la aplicación de procedimientos previamente definidos, dentro de la vigencia del contrato.

5.3.3.2 Que el sistema de autofinanciamiento ofrece la adquisición de bienes o servicios determinados o determinables, y no permite la entrega de dinero o el otorgamiento de un préstamo. Cualquier cantidad que pudiera resultar a favor del consumidor, excepto el remanente, se aplicará a las cuotas periódicas totales pendientes de pago.

5.3.3.3 La fecha en que el consumidor participará en el primer acto de adjudicación.

5.3.3.4 Que el consumidor participará en los eventos de adjudicación siempre que pague puntualmente las cuotas periódicas totales correspondientes.

5.3.3.5 Características del seguro de vida y de incapacidad permanente total que contrata el proveedor a nombre y por cuenta del consumidor, especificando:

5.3.3.5.1 Nombre o denominación de la compañía aseguradora.

5.3.3.5.2 Cor

5.3.3.5.3 Co

5.3.3.5.4 Pro

5.3.3.5.5 La

5.3.3.6 La li

daños, para la

por escrito 3

condiciones de

5.3.3.7 Cu

entregarlas al

5.3.3.8 Cu

caso, las per

devolución de

5.3.3.9 Té

lo hubiera.

5.3.3.10 Q

por tanto, no t

5.3.3.11 C

cuyo resumen

5.3.3.12 C

contrato de a

periodo se pe

5.3.4 En

teniendo en

para lo que

para determi

La inform

el consumid

5.4 Por c

5.4.1 Not

que se realic

5.4.1.1 E

to

5.4.1.2 E

adjudicado.

5.4.1.3 E

la notificac

derecho a la

5.4.2 Dif

dentro de lo

5.4.2.1 A

adjudicado y

5.4.2.2 C

5.4.2.3 L

5.4.2.4 E

5.4.2.5 T

5.5 Para

el proveed

5.5.1 De

5.5.2 Cc

- 5.3.3.5.2 Cobertura y vigencia, especificando la suma asegurada.
- 5.3.3.5.3 Costo y forma de pago.
- 5.3.3.5.4 Procedimiento a seguir en caso de siniestro.
- 5.3.3.5.5 La indicación de que el consumidor debe sujetarse a las disposiciones aplicables a la materia.
- 5.3.3.6 La indicación de que el adjudicatario a través del proveedor debe contratar un seguro contra los daños, para la protección del bien adjudicado u otorgado en garantía. Para tal efecto, el proveedor le ofrecerá por escrito 3 opciones de distintas instituciones de seguros, a tarifas competitivas que reflejen las condiciones del mercado.
- 5.3.3.7 Cuáles son las garantías que debe presentar el adjudicatario, así como los plazos para entregarlas al proveedor y obtener la conformidad de éste.
- 5.3.3.8 Cuáles son las causas previstas para la cancelación o rescisión del contrato, señalándole, en su caso, las penas convencionales correspondientes, así como los términos y plazos previstos para la devolución de dinero.
- 5.3.3.9 Términos y procedimientos que se aplican para la distribución del remanente del fondo común, si lo hubiera.
- 5.3.3.10 Que la operación del sistema de autofinanciamiento es responsabilidad exclusiva del proveedor y por tanto, no tiene respaldo económico ni financiero del gobierno federal ni de institución bancaria alguna.
- 5.3.3.11 Que el sistema de autofinanciamiento cuenta con un estudio actuarial de viabilidad financiera, cuyo resumen está a la disposición del consumidor.
- 5.3.3.12 Que el consumidor cuenta con un periodo de 5 días hábiles, contado a partir de la firma del contrato de adhesión, para cancelar la operación, sin menoscabo de su patrimonio, salvo que dentro de ese periodo se participe en un evento de adjudicación.
- 5.3.4 En su caso, solicitar al consumidor la información necesaria para evaluar su solvencia económica, teniendo en cuenta sus ingresos, bienes y créditos de que goce en los medios comerciales y financieros, para lo que puede inclusive consultar una sociedad de información crediticia, indicándole el plazo máximo para determinar su aceptación al grupo.
- La información que proporcione el consumidor no debe divulgarse ni compartirse con terceros, salvo que el consumidor lo autorice por escrito.
- 5.4 Por cada acto de adjudicación que se realice, el proveedor debe:
- 5.4.1 Notificar por escrito, con acuse de recibo, dentro de los tres días hábiles siguientes a la fecha en que se realice el acto de adjudicación correspondiente, al integrante que resulte adjudicatario, señalándole:
- 5.4.1.1 El procedimiento de adjudicación utilizado.
- 5.4.1.2 El procedimiento a seguir para la entrega o adquisición del bien y/o la prestación del servicio adjudicado.
- 5.4.1.3 El derecho del adjudicatario de rechazar la adjudicación dentro de los 5 días hábiles siguientes a la notificación, señalando que de no recibir indicación alguna dentro de dicho plazo, se tendrá por aceptado el derecho a la adjudicación.
- 5.4.2 Difundir, en uno de los periódicos de mayor circulación en el área geográfica de que se trate y dentro de los 8 días naturales posteriores a la fecha de su celebración, la siguiente información:
- 5.4.2.1 Adjudicaciones, especificando cuando menos: número de grupo y de integrante, bien o servicio adjudicado y procedimiento utilizado.
- 5.4.2.2 Orden secuencial del sorteo realizado, en su caso.
- 5.4.2.3 Lugar, fecha y horario de los 3 actos de adjudicación subsiguientes.
- 5.4.2.4 En su caso, el valor presente de las cuotas periódicas totales.
- 5.4.2.5 Teléfonos y horarios de atención a los consumidores para información y aclaraciones.
- 5.5 Para efectos de la contratación del seguro contra los daños previsto en el numeral 6.3.5 de esta NOM, el proveedor debe informar al adjudicatario, respecto de las distintas opciones que ofrezca:
- 5.5.1 Denominación o razón social de la compañía aseguradora.
- 5.5.2 Cobertura y vigencia, especificando la suma asegurada y el deducible.

5.5.3 Costo del seguro y forma de pago.**5.5.4 Procedimiento a seguir en caso de siniestro.**

5.6 El proveedor debe elaborar estados de cuenta y enviarlos al domicilio del consumidor, cuando menos con una periodicidad semestral en el caso de muebles y servicios y anual en el caso de inmuebles, desglosando al menos los conceptos correspondientes a las cuotas periódicas totales pagadas por el consumidor.

6. Del contrato de adhesión

6.1 El contrato de adhesión que debe utilizar el proveedor para comercializar el sistema de autofinanciamiento, está sujeto a lo siguiente:

6.1.1 Estar registrado ante la Procuraduría.

6.1.2 Estar escrito en idioma español, con caracteres legibles a simple vista (Arial 10 puntos o equivalente), sin perjuicio de que además se expresen en otros idiomas, en cuyo caso, el proveedor debe demostrar que se trata de una traducción fiel que realizó un perito oficial y se incluya una cláusula que indique: "En caso de que hubiere discrepancias, siempre prevalecerán los términos del texto en idioma español".

6.1.3 Estipular pagos en moneda nacional, o bien en otra moneda, únicamente cuando el bien o servicio contratado se ofrezca en moneda extranjera, y siempre que se especifique el derecho del consumidor de realizar sus pagos en moneda nacional, conforme a lo dispuesto en la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos.

6.1.4 Contener las cláusulas necesarias que describan los términos y condiciones de la operación de manera clara, concisa y objetiva, conforme a las disposiciones de la Ley, el Reglamento, la presente NOM y de los demás ordenamientos jurídicos aplicables.

6.2 El contrato de adhesión debe contener, al menos, la siguiente información:

6.2.1 Nombre, denominación, razón social y domicilio del proveedor y del consumidor.

6.2.2 Objeto del contrato de adhesión, especificando:

6.2.2.1 Denominación del plan de autofinanciamiento, en su caso.

6.2.2.2 Número de consumidores que integran el grupo y plazo o vigencia.

6.2.2.3 Número de grupo y de integrante.

6.2.2.4 Especificación y precio actual del bien o servicio, señalando, en su caso, el factor de actualización que se aplique.

6.2.3 Pagos que debe realizar el consumidor, especificando:

6.2.3.1 Cuota de inscripción, si la hubiera, y los impuestos generados por este concepto, señalando su monto y condiciones para su pago.

6.2.3.2 Cuota periódica total, desglosando sus componentes y señalando el monto inicial de cada uno de ellos y, en su caso, la forma en que habrán de actualizarse para los pagos sucesivos.

6.2.3.3 Periodicidad, plazos máximos e instituciones bancarias para pagar la cuota periódica total.

6.2.4 De los actos de adjudicación:

6.2.4.1 Frecuencia.

6.2.4.2 Procedimientos que se utilizan.

6.2.4.3 Medios y fechas para que el proveedor notifique y difunda los resultados de los eventos de adjudicación, así como el monto actualizado de la cuota periódica total.

6.2.5 En su caso, procedimiento para que el adjudicatario elija al suministrador del bien o servicio contratado.

6.2.6 Procedimiento para que el adjudicatario sustituya el bien o servicio contratado, cuando éste lo decida o no esté disponible en la fecha que debe entregarse.

6.2.7 Requisitos y garantías que debe cubrir el adjudicatario para recibir el bien o servicio contratado, señalándose el procedimiento que aplica el proveedor para evaluarlos y para notificar el resultado correspondiente.

6.2.8 Procedimiento para que el consumidor realice pagos anticipados.

6.2.9 Plaz
distribución c
recursos, cuan

6.2.10 Proc
costos que im

6.3 El con

6.3.1 El pr
un seguro de
menos, en fo
contrato de
vencimiento

El seguro
primer acto d
que se finiqu
permanente

6.3.1.1 Si
este contrato

6.3.1.2 S
que el adjudic

6.3.1.3 Si
justificada, c
repercutir el

Cuando
escrito al co
el acto de ad

6.3.1.4 L
reclamación

6.3.2 El
naturales, e
inmuebles o

En caso
proveedor le
los pagos re

6.3.3 En
del sistema
la adjudicac
aportar el c
presente, d
cuando exist

6.3.4 C
procedimier
procedimier
En el caso
procedimier

6.3.5 Pa
contar con
que se ade
a la fecha e

Para ta
distintas, a
daños, a ne
escrito, en
cuotas per

6.2.9 Plazo y procedimiento para la liquidación del grupo, así como condiciones y plazo para la distribución del remanente, si lo hubiere, entre los adjudicados del grupo, señalando el destino de tales recursos, cuando el consumidor no lo cobre.

6.2.10 Procedimiento para que el integrante realice la cesión de derechos del contrato de adhesión, y costos que implica, en su caso.

6.3 El contrato de adhesión debe contener las siguientes cláusulas textuales:

6.3.1 El proveedor contratará por cuenta y a nombre del consumidor, cuando éste sea una persona física, un seguro de vida e incapacidad permanente total, de conformidad con la legislación aplicable, que cubra al menos, en forma proporcional, el precio del bien mueble, inmueble o la prestación del servicio objeto de este contrato de adhesión, y cuyo destino preferente, en su caso, sea cubrir las cuotas periódicas totales con vencimiento posterior a la fecha en que ocurra el siniestro.

El seguro de vida e incapacidad permanente total debe estar vigente a más tardar, a partir de la fecha del primer acto de adjudicación en que participe el consumidor y hasta la conclusión del plazo contratado o hasta que se finiquite la operación, lo que ocurra primero. En caso de que el consumidor sufra de incapacidad permanente total o fallezca durante la vigencia de este contrato de adhesión se estará en lo siguiente:

6.3.1.1 Surtirá efecto la adjudicación directa en favor del integrante o de sus beneficiarios, señalados en este contrato de adhesión.

6.3.1.2 Se liquidarán cuando menos las cuotas periódicas totales con vencimiento posterior a la fecha en que el adjudicatario o adjudicado sufra de incapacidad permanente total o fallezca.

6.3.1.3 Si el proveedor omite contratar este seguro de vida e incapacidad permanente total, sin causa justificada, deberá cumplir con lo dispuesto en los numerales 6.3.1.1 y 6.3.1.2 de esta NOM, sin que pueda repercutir el costo de su omisión en el fondo común del grupo.

Cuando exista causa justificada que impida al proveedor contratar este seguro, deberá notificar por escrito al consumidor esta circunstancia, cuando menos 10 días hábiles antes de la fecha en que se celebre el acto de adjudicación.

6.3.1.4 Lo anterior no aplicará cuando en términos de la legislación en materia de seguros no proceda la reclamación del siniestro.

6.3.2 El integrante participará en la primera reunión de adjudicación de su grupo dentro de los 60 días naturales, en el caso de bienes muebles y servicios, o 120 días naturales cuando se trate de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, siguientes a la fecha de este contrato de adhesión.

En caso de incumplimiento, el consumidor podrá rescindir el contrato de adhesión y solicitar que el proveedor le devuelva dentro de los 30 días naturales siguientes a la notificación, el valor presente de todos los pagos realizados por el consumidor, incluida la cuota de inscripción, si la hubiere.

6.3.3 En cada acto de adjudicación, el proveedor debe adjudicar, cuando menos un bien o servicio objeto del sistema de autofinanciamiento. Dicha adjudicación mínima debe realizarse por procedimientos distintos a la adjudicación directa y subasta. Cuando los recursos del grupo no sean suficientes, el proveedor debe aportar el capital necesario para realizar la adjudicación mínima, y esa cantidad le será restituida a valor presente, de las cuotas periódicas totales que paguen los consumidores en el periodo siguiente, siempre y cuando existan recursos suficientes, una vez que se realice la adjudicación mínima correspondiente.

6.3.4 Cuando el consumidor resulte adjudicatario simultáneamente por sorteo y cualquier otro procedimiento, será adjudicado por sorteo. Si dos o más integrantes resultan empatados mediante los procedimientos aplicables, la adjudicación se realizará atendiendo al orden secuencial que resulte del sorteo. En el caso de sistemas de autofinanciamiento que no utilicen el procedimiento de sorteo, debe describirse el procedimiento aplicable.

6.3.5 Para la entrega física o legal del bien objeto de este contrato de adhesión, el consumidor deberá contar con un seguro contra los daños del mismo, con vigencia o prórroga obligatoria para todo el periodo en que se adeude parte del precio, y cuyo destino preferente sea cubrir las cuotas periódicas totales posteriores

6.3.6 Cuando el consumidor sea adjudicatario, el proveedor le entregará el bien mueble, inmueble o la prestación del servicio contratado dentro de los 25 días naturales posteriores al cumplimiento de las garantías y requisitos señalados en este contrato de adhesión. De no cumplirse lo anterior, por causas imputables al proveedor, el consumidor puede optar por:

6.3.6.1 Esperar tanto tiempo como sea necesario, en cuyo caso, el proveedor se obliga a absorber los incrementos en el precio del bien o servicio contratado, y a pagar al adjudicatario, el importe de [el mismo número de aportaciones periódicas que aplique en caso de cancelación anticipada del contrato de adhesión por parte del consumidor, señalada en el numeral 6.3.8 de esta NOM], a valor histórico promedio.

En este caso, el adjudicatario puede solicitar al proveedor que adquiera el bien o servicio contratado con otro suministrador que lo tenga disponible. De obtenerse algún descuento en esta transacción, de manera que el importe a pagar sea inferior al precio actualizado del bien o servicio contratado, el proveedor aplicará la diferencia al pago de las cuotas periódicas totales que adeude el adjudicatario.

6.3.6.2 Rescindir este contrato de adhesión, obligándose el proveedor a devolver al consumidor, dentro de los 10 días naturales posteriores a la notificación, el valor presente del total de los pagos realizados por el consumidor, incluida la cuota de inscripción, si la hubiera, más el importe de [el mismo número de aportaciones periódicas que aplique en caso de rescisión del contrato de adhesión por parte del proveedor, señalado en el numeral 6.3.9 de esta NOM], a valor histórico promedio.

Nota: Cuando se estipule que el adjudicatario elegirá al suministrador del bien o servicio, y la entrega no se realice por causas imputables al proveedor, el contrato de adhesión debe señalar:

6.3.6.3 El proveedor se obliga a pagar al adjudicatario, como pena convencional, el importe de [el mismo número de aportaciones periódicas que aplique en caso de cancelación anticipada del contrato de adhesión por parte del consumidor, señalada en el numeral 6.3.8 de esta NOM], a valor histórico promedio, dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha en que debió entregarse el bien o servicio.

6.3.7 El consumidor podrá, mediante escrito, cancelar este contrato de adhesión dentro de los 5 días hábiles siguientes a la contratación, sin responsabilidad alguna. En este caso, el proveedor debe devolverle, dentro de los 25 días naturales siguientes a la notificación, el importe íntegro de los pagos realizados.

6.3.8 El integrante no adjudicado podrá cancelar anticipadamente este contrato de adhesión. En este caso, el proveedor le devolverá, en un plazo máximo de [no debe exceder de 30 días naturales] siguientes a la notificación, el monto total de las aportaciones periódicas pagadas por el consumidor [a valor histórico, si la pena convencional no excede de dos aportaciones periódicas, o a valor presente, si la pena convencional es de más de dos aportaciones periódicas] menos la pena convencional, que es equivalente al importe de [el número de aportaciones periódicas que establezca el proveedor].

6.3.9 El proveedor podrá rescindir este contrato de adhesión, por la falta de pago de [el número de cuotas periódicas totales que determine el proveedor] en su conjunto, por parte del consumidor. En este caso, el proveedor le devolverá, en un plazo máximo de [no debe exceder de 60 días naturales] siguientes a la notificación, el monto total de las aportaciones periódicas pagadas por el consumidor, [a valor histórico, si la pena convencional no excede de dos aportaciones periódicas, o a valor presente, si la pena convencional es de más de dos aportaciones periódicas], menos la pena convencional, equivalente al importe de [el número de aportaciones periódicas que establezca el proveedor].

6.3.10 Cuando se cancele o rescinda este contrato de adhesión y el proveedor no devuelva el dinero al consumidor dentro de los plazos previstos para cada caso, el proveedor deberá pagarle al consumidor un interés moratorio calculado sobre la cantidad a devolver sobre el número de días que transcurran entre la fecha en que debió devolverse el dinero y la fecha en que se realice el pago. Dicho interés será el mismo que aplique el proveedor en el periodo por mora en el pago de las cuotas periódicas totales del consumidor adjudicado.

6.3.11 Todas las notificaciones entre las partes deben hacerse por escrito y realizarse en los domicilios que las mismas señalen en este contrato de adhesión. Ambas partes se comprometen a notificarse en forma indubitable cualquier cambio posterior.

6.3.12 El proveedor se compromete a contestar por escrito al consumidor, en un plazo máximo de 10 días hábiles, todas las dudas que éste le formule por escrito, respecto a los términos y condiciones del contrato de adhesión o de la mecánica o viabilidad financiera del sistema de autofinanciamiento.

6.3.13 El modelo de este contrato de adhesión está registrado en la Procuraduría Federal del Consumidor [señalar los datos del registro], por lo que cualquier discrepancia entre el texto de éste y del modelo registrado en la Procuraduría, se tendrá por no puesta, sin menoscabo de las sanciones que correspondan.

6.4 El contrato
"EN TERMINOS
CONTRATO DE AD
SU CUMPLIMIENT
GOBIERNO FEDEF
QUE PRESTA EL
POR LAS INSTITUC

6.5 El provee
de los cuales se
que cualquier co
los formatos que
nuevas o distri
de la Procuradur

7. Vigilancia

7.1 El incur
conforme a lo di
aplicables; así c
ordenamientos ju

Para efectos
competentes y/c
a la operación d

8. Bibliografía

8.1 Código C

8.2 Ley Fed
de Julio de 1992

8.3 Ley Fed
diciembre de 19

8.4 Reglam
de la Federaci

8.5 Norma
de comercializa
los contratos d

8.6 Norma
oficiales mexic
octubre de 197

8.7 Reglam
publicado en e

8.8 Reglam
Oficial de la I
mayo de 1994

8.9 Norma
sistemas de c
Diario Oficial

8.10 Ley 1

8.11 Regla

8.12 Circu
operaciones
consorcio. Ba

8.13 Expr
Lima, Perú.

8.14 Resc

9. Conco

9.1 Esta
referencia al

México, C
Madero.- RÚ

6.4 El contrato de adhesión debe señalar, de manera notoriamente ostensible, la siguiente leyenda:

"EN TERMINOS DE LA LEGISLACION APLICABLE, LAS OPERACIONES Y OBLIGACIONES DERIVADAS DE ESTE CONTRATO DE ADHESION SON RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL PROVEEDOR Y DE LOS CONSUMIDORES, Y SU CUMPLIMIENTO, DE NINGUNA MANERA, ESTA GARANTIZADO NI RESPALDADO ECONOMICAMENTE POR EL GOBIERNO FEDERAL, NI POR PERSONA DE DERECHO PUBLICO ALGUNA, NI POR LA INSTITUCION FIDUCIARIA QUE PRESTA EL SERVICIO DE FIDEICOMISO PARA LA ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS DEL GRUPO, NI POR LAS INSTITUCIONES BANCARIAS QUE RECIBEN LOS PAGOS DE LOS CONSUMIDORES".

6.5 El proveedor no debe utilizar formatos o documentos accesorios al contrato de adhesión, por medio de los cuales se pacten con los consumidores modificaciones o sustituciones al clausulado del mismo, por lo que cualquier condición que se pretenda establecer debe estar contenida en el texto de éste. En todo caso, los formatos que utilicen o pretendan utilizar en las diversas etapas de la relación contractual, que impongan nuevas o distintas condiciones o modalidades a las partes, deben contar con la aprobación de la Procuraduría.

7. Vigilancia

7.1 El incumplimiento a lo dispuesto en la presente NOM debe ser sancionado por la Procuraduría, conforme a lo dispuesto en la Ley, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y demás disposiciones aplicables; así como por las dependencias competentes, en el marco de las atribuciones que les confieren los ordenamientos jurídicos vigentes.

Para efectos de lo previsto en ese numeral, los proveedores deben proporcionar a las autoridades competentes y/o a las instituciones fiduciarias correspondientes, los documentos, informes y datos referentes a la operación de los sistemas de autofinanciamiento, que les requieran por escrito.

8. Bibliografía

8.1 Código Civil, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 26 de marzo de 1928.

8.2 Ley Federal sobre Metrología y Normalización, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 1992.

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

8.4 Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 1999.

8.5 Norma Oficial Mexicana de Emergencia NOM-EM-006-SCFI-1999, Prácticas comerciales - Sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores - Requisitos de información para los contratos de adhesión, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de noviembre de 1999.

8.6 Norma Mexicana NMX-Z-13, Guía para la redacción, estructuración y presentación de las normas oficiales mexicanas, Declaratoria de vigencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de octubre de 1977.

8.7 Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de junio de 1994.

8.8 Reglamento del artículo 29 bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de junio de 1982 y abrogado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 1994.

8.9 Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994, Requisitos para los contratos de adhesión en los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de julio de 1994.

8.10 Ley 15.322, Proyecto de Ley para el Sistema de Intermediación Financiera, Uruguay, 1982.

8.11 Reglamento de las Empresas Administradoras de Fondos Colectivos; Lima, Perú.

8.12 Circular No. 002861 que Dispone los límites mínimos de patrimonio líquido ajustado y límites de operaciones para administradores de consorcio y modifica disposiciones relativas a operaciones de consorcio. Banco Central de Brasil, 1999.

8.13 Exposición de Motivos del Reglamento de las Empresas Administradoras de Fondos Colectivos, Lima, Perú.

8.14 Resolución CONASEV No. 730-97-EF/94.10, Lima, Perú, 10 de diciembre de 1997.

9. Concordancia con normas internacionales

9.1 Esta Norma Oficial Mexicana no es equivalente con ninguna norma internacional por no existir referencia al momento de su elaboración.

México, D.F., a 13 de septiembre de 2000.- La Directora General de Normas, Carmen Quintanilla Madero.- Rúbrica.



Lugar: _____
 Hora: _____
 Fecha: _____

Folio: _____
 Clave: _____
 Grupo Número: _____
 Número de consumidores que integra el Grupo: _____

Contrato de Adhesión de prestación de servicios de administración de un sistema de comercialización consistente en la integración de grupos de consumidores, denominado " _____ " que celebran por una parte, Inmobiliaria S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se denominará "Proveedor", representada en este acto por: el Ing. Miguel Ángel Sánchez Del Castillo, y por otra parte: _____

A quien en lo sucesivo se denominará "Consumidor", con domicilio: _____

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
 El consumidor se inscribe en el Nivel _____ Con valor presente a la fecha de este contrato de: _____

REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS **00/100***** El Plazo _____



El presente contrato tiene una vigencia de: _____ meses, mediante el pago de la Cuota Periódica Total _____
 El presente contrato se renovará automáticamente el día: _____ de cada mes, por lo que la vigencia del presente contrato de adhesión es hasta el día: _____ del año _____ o hasta que el Consumidor finalice de cubrir sus Cuotas Periódicas Totales.

PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
 REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN

INTEGRACIÓN DE LA CUOTA PERIODICA TOTAL

Importe de la Aportación Periódica Inicial según la Tabla UNO vigente: _____

Cuota de Administración _____

IVA sobre Cuota de Administración: _____

Seguro de Vida e Incapacidad Total Permanente con la compañía de Seguros Nacional Provincial S.A. 0.038% sobre las cuotas periódicas totales por pagar: _____

Cuota Periódica Total (APT) a la firma del contrato de Adhesión: _____

El consumidor se inscribe en el _____ con el objeto de adquirir, ampliar, construir o remodelar un bien Inmueble. Por un precio vigente de cuando menos, el valor presente del nivel contratado.

Tanto el Valor Presente del Nivel Contratado como el importe de la APT se ajustarán acorde

Al: _____

La cuota de inscripción inicial es del _____ la cuota de inscripción diferida del _____ y la cuota de administración es del _____ del valor presente del nivel contratado.

El consumidor establece el compromiso de pagar:

- El equivalente de _____ APT adelantadas con un valor presente a la fecha del presente contrato de: _____ el día _____ de _____ de _____
- El equivalente de _____ APT adelantadas con un valor presente a la fecha del presente contrato de: _____ el día _____ de _____ de _____
- El equivalente de _____ APT adelantadas con un valor presente a la fecha del presente contrato de: _____ el día _____ de _____ de _____
- El equivalente de _____ APT adelantadas con un valor presente a la fecha del presente contrato de: _____ el día _____ de _____ de _____
- El equivalente de _____ APT adelantadas con un valor presente a la fecha del presente contrato de: _____ el día _____ de _____ de _____

Ambas Partes aceptan celebrar el presente contrato de adhesión al tenor de las siguientes declaraciones y cláusulas.

DECLARACIONES

Primera.- S. A. de C. V. declara ser una Sociedad Mercantil, constituida conforme a las Leyes Mexicanas, según consta en la escritura pública número 26,872 de fecha 6 de septiembre de 1995, basada ante la fe del notario público número tres de la ciudad de Mexicali estado de Baja California, Lic. Alejandro Gudiño Bazúa e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio bajo el número 5082848 de fecha 14 de septiembre de 1995; que tiene su domicilio legal en: Av. Álvaro Obregón No. 999, Colonia Nueva, Mexicali, B.C. Código Postal 21000; que su Registro Federal de Contribuyentes es el HPI950908H42.

Segunda.- S.A. de C.V. declara que su objeto social es la comercialización de bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al consumidor, consistente en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero, y destinadas a la adquisición de determinados Bienes y Servicios.

Tercera.- El Proveedor Declara que ha celebrado un contrato de Fideicomiso con un Institución Bancaria (Banco Internacional, S.A., (BITAL)) con la finalidad de que administre e invierta los saldos netos producto de las aportaciones de los consumidores procurando obtener un mejor rendimiento en beneficio de los propios consumidores.

Cuarta.- El Proveedor declara que ha registrado el presente Contrato de Adhesión en la Dirección Jurídico Consultiva de la Procuraduría Federal del consumidor, con el No. _____ con fecha de _____ de _____ y que en los términos del Artículo Quinto del Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la integración de Grupos de Consumidores, publicado en el Diario

Oficial de la Federación el día 17 de Mayo de 1994, el Proveedor ha dado las notificaciones correspondientes sobre la operación del Sistema a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Declara el Consumidor:

Quinta.- Haber recibido el Manual de Operaciones del Sistema y la Tabla UNO, por parte del proveedor, y que conoce y entiende los elementos, procedimientos y resultados del Sistema

Sexta.- El Consumidor declara tener la voluntad de adherirse al Sistema y contratar los servicios del Proveedor para obtener el Bien o Servicio objeto del presente contrato de adhesión.

CLAUSULAS

Primera.- Son obligaciones del Proveedor:

I.- Explicar al consumidor, cabal y exhaustivamente el funcionamiento del Sistema

II.- Organizar, implementar y controlar el sistema de aportaciones monetarias de los consumidores.

III.- Administrar productivamente mediante un Fideicomiso los recursos aportados periódicamente por los consumidores.

IV.- Organizar, implementar y controlar el sistema, por grupos, que permita otorgar las adjudicaciones a los consumidores que lo ameriten conforme a los procedimientos de adjudicación que se detallan en el presente contrato de adhesión.

V.- El proveedor informará periódicamente a cada consumidor.

- A.- Los Resultados de las Adjudicaciones.
- B.- El número de Consumidores que componen el grupo y el número de Consumidores en el Nivel Contratado.

C.- El Estado de cuenta de sus aportaciones y su puntuación dentro del Sistema

VI.- El proveedor se compromete a contestar por escrito, en un plazo máximo de 10 días naturales, las dudas que acerca del contrato de adhesión o de la mecánica del sistema de comercialización formulada por la misma vía el consumidor, tantas veces como sea necesario.

VII.- El proveedor queda facultado bajo su responsabilidad a contratar servicios de terceros con el fin de cumplir con sus obligaciones.

Segunda.- El Consumidor se obliga al adherirse al Sistema mencionado en la declaración cuarta cumplir cabalmente las condiciones establecidas en este contrato de adhesión:

Tercera.- La Cuota Periódica Total, que debe pagar el consumidor, en lo sucesivo APT, es el resultado de la suma de la Aportación Periódica, los gastos de administración, las primas de seguros, impuestos y demás conceptos previstos en este contrato de adhesión, de acuerdo a lo siguiente:

I.- El número de APT's será igual al número de meses del plazo que el consumidor elija al firmar el presente contrato, y que se expresa en la carátula del mismo.

II.- Las APT variarán cada seis meses de acuerdo a cualquiera de las siguientes formas, la que haya elegido el consumidor y que se expresa en la carátula del contrato:

A.- Al Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), publicado por el Banco de México (ó factor que le sustituya), la revisión se realizará semestralmente, tomando en cuenta para el ajuste el comportamiento del INPC.

B.- Al Salario Mínimo regional (SMR), la revisión se realizará semestralmente, tomando en cuenta para el ajuste el comportamiento del Salario Mínimo.

C.- Al Análisis Económico de Hábitat (AEH), la revisión se realizará semestralmente, tomando en cuenta para el ajuste los índices, pronósticos, estudios y análisis de la economía nacional que permita un ajuste que conserve el poder adquisitivo en el valor presente del nivel contratado y la capacidad de pago de la APT, este ajuste en ningún caso es superior al del INPC.

D.- Al Precio del Bien Inmueble o servicio (PBI), las APT se ajustarán de manera directamente proporcional el incremento en el precio del Bien inmueble o servicio contratado, en el momento en que el incremento se efectúe.

E.- Índice de Porcentaje fijo (IPF); las APT se ajustarán acorde al porcentaje señalado en la carátula del presente contrato, de manera semestral y tomando como base el valor presente del nivel contratado expresado en la carátula del presente contrato, y no el aumento anterior. Ejemplo si el IPF es igual a 5%, el tercer ajuste será del 15% sobre el valor presente indexado en la carátula de este contrato.

En cualquiera de los tres primeros casos se efectuará la estimación semestral del período inmediato siguiente, al final del período se ajusta el índice estimado con el real y la diferencia se compensa en la estimación del siguiente semestre.

Y en el caso de ajuste mediante PBI el proveedor podrá aplicarlo en cualquier momento en caso de que el bien inmueble o servicio incremente su precio.

II.- Los Importes de las APT vigentes serán publicados en la Tabla Uno, que recibirá periódicamente el consumidor por parte del Proveedor y que estará publicada en la dirección del Proveedor.

IV.- El Proveedor se obliga a comunicar al consumidor en un plazo máximo de 30 días naturales siguientes a la fecha en que tenga lugar el hecho, la modificación a su APT, de conformidad con lo establecido en este contrato de adhesión.

V.- El Consumidor podrá realizar todas las APT anticipadas que considere convenientes, mismas que serán

acreditadas a cuenta de las últimas mensualidades del Plazo Contratado. De la última hasta la primera.

VI.- Los importes de las APT vigentes deberán ser depositados invariablemente por el consumidor en las cuentas y en la Institución Bancaria que se le indique, por medio de Recibos-Depósitos, previamente facilitados por el Proveedor, los depósitos deberán hacerse a más tardar en la fecha de vencimiento indicado en el Recibo-Depósito, si no es día hábil, deberá hacerse en el día hábil inmediato anterior a la fecha de vencimiento.

Los Recibos-Depósitos serán entregados semestralmente en el Domicilio del Proveedor. No se aceptan ni se reconocen pagos en ningún otro lugar y en ninguna otra forma que los indicados, salvo que previamente y por notificación escrita se especifique lo contrario, y el lugar y la forma.

VII.- En caso de que el consumidor se atrase en el pago de sus APT, según las fechas convenidas en el presente contrato de adhesión, no pagará intereses, pero deberá realizar los pagos a valor presente vigente en la Tabla Uno, en la fecha en que regularice su situación.

A los Consumidores que sean adjudicatarios y que incurran en la mora, se le cargarán intereses moratorios al tipo de interés que resulte de multiplicar la Tasa Interbancaria más alta o la que le sustituya por el 1.25, además de que también deberán realizar sus pagos a Valor Presente.

VIII.- Sólo la Cuota de Inscripción podrá pagarse en un sitio distinto al antes mencionado.

IX.- El consumidor debe pagar las APT adelantadas pactadas en la carátula del presente contrato de adhesión en las fechas y por los montos convenidos, a valor presente según la tabla Uno vigente en la fecha del depósito.

Cuarta.- Costos del Sistema HABITAT:

I.- Cuota de Inscripción: El Consumidor paga al Proveedor el porcentaje señalado

en la carátula del presente contrato de adhesión más IVA del Valor Presente del Nivel Contratado, se ha dividido la cuota de inscripción en dos:

La Cuota de Inscripción Inicial, a pagar en el momento de la firma de este contrato de adhesión y la Cuota de Inscripción Diferida, a pagar a más tardar tres días hábiles posteriores al evento de adjudicación en el que sea designado adjudicatario, el consumidor puede optar por pagar la cuota de inscripción diferida mediante el descuento que se le efectúe del monto utilizado para la adquisición del bien o servicio adjudicado.

II.- Cuota de Administración. Por la Operación y Administración del sistema HABITAT, el consumidor pagará mensualmente al Proveedor el porcentaje expresado en la carátula del presente contrato, aplicado mensualmente sobre el Valor Presente del Nivel Contratado

III.- Garantías. Todos los gastos generados para establecer las garantías serán por cuenta del Consumidor que haya resultado adjudicatario, estos gastos generados incluyen: Impuestos, Avalúos, honorarios Notariales, Seguros de Daños, Gastos de las Garantías y gastos relacionados con éstos. Del monto que se emplee para la adquisición del bien o servicio adjudicado, si el consumidor así lo desea, se podrá descontar hasta un 10% para el pago de los conceptos anunciados en el párrafo anterior.

Quinta.- De la Puntuación. La puntuación por el pago de cada APT quedará determinada por lo que resulte de dividir 3600 entre el número de APT contratadas en el caso del Plan Nivelado, y lo que resulte de dividir 2400 entre el número de APT contratadas en el caso del Plan Creciente. Las APT contratadas al inicio son igual al plazo contratado en meses.

La puntuación de la APT adelantada quedará determinada por multiplicar 1.25 por la puntuación de la APT. La puntuación por los pagos antes de la fecha de vencimiento quedará determinada por multiplicar 1.1 por la puntuación de la APT. La puntuación de los pagos después de la fecha de

vencimiento quedará determinada por multiplicar 0.9 por la puntuación de la APT correspondiente.

En caso de obtener una puntuación fraccionaria, la fracción se convertirá en entero si es mayor a 0.50

Se ejemplifica lo anterior en la tabla, que presenta los plazos más comunes, 60, 90 y 120 meses o 60, 90 y 120 APT a la firma del presente contrato.

| | Nivel de 60 meses | 90 meses | 120 meses |
|----------------------------|----------------------|----------|-----------|
| APT realizadas | | | |
| Antes del vencimiento | 88 | 44 | 33 |
| En la fecha de vencimiento | 87 | 40 | 30 |
| Después del vencimiento | 54 | 36 | 27 |
| APT adelantadas | 75 | 50 | 36 |

Cuando el consumidor alcanza una permanencia dentro del sistema Hábitat en meses igual al 20 % del número de APT contratadas, la puntuación de cada una de sus APT aportadas hasta ese momento y en el futuro será multiplicada por 1.25.

Por ejemplo un consumidor con 120 APT contratadas, a los 24 meses con una puntuación de 792 puntos, tendrá una puntuación de 990 puntos y en adelante recibirá 41 puntos por una aportación realizada antes de la fecha de vencimiento y 45 puntos por una aportación adelantada.

Sexta.- Al Consumidor que reuniendo los requisitos del presente Contrato de Adhesión y se encuentre al corriente en el pago de sus APT tenga el derecho de recibir o haya recibido el Bien o el servicio contratado se le denominará Adjudicatario. El Proveedor seguirá la siguiente secuencia de procedimientos alternos de adjudicación mensual. En todos los eventos un Fedatario Público dará fe de los hechos.

Los procedimientos de adjudicación serán los siguientes:

I.- Sorteo. El evento, que será implementado previa autorización de la Secretaría de gobernación. Empleando algún método aleatorio. Cuando el consumidor resulte adjudicado

conjuntamente por sorteo y por cualquier otro procedimiento será adjudicado por el mecanismo de sorteo.

II.- Subasta. Todos los Consumidores que hayan realizado al menos 400 puntos tendrán derecho a participar en la subasta. Los consumidores que reúnan los requisitos y deseen subastar deberán ofrecer en formatos proporcionados por el Proveedor, el número de APT, de la última hasta la primera, a valor presente, vigentes por la tabla uno a la fecha de la subasta, que ofrecen pagar, los formatos deberán entregarse en sobre cerrado con acuse de recibo.

El Consumidor que haya ofrecido la mayor puntuación será resultado adjudicatario, la mayor puntuación se determinará por el ofrecimiento de la subasta mas la puntuación que el Consumidor haya acumulado durante su permanencia dentro del Sistema HABITAT.

En caso de que dos o más consumidores empatasen en la puntuación, se designará adjudicatario al de mayor antigüedad dentro del Sistema HABITAT.

Si por alguna razón el Consumidor con el derecho de resultar adjudicatario por el procedimiento de Subasta, no cumplierse con su ofrecimiento en un periodo de tres días hábiles, perderá su derecho en favor de quien haya obtenido la segunda mejor puntuación, y así sucesivamente, además el Proveedor se reserva el derecho de inhabilitar al Consumidor Incumplido en participar en futuras subastas.

III.- Puntuación. El Consumidor recibirá determinada puntuación, dependiendo del plazo contratado, de la modalidad de pagos, de las APT adelantadas que realice y de la fecha de pago de cada una de sus APT, la puntuación queda determinada por cláusula Quinta.

Se continúa por APT Adelantadas las pagadas desde la última hacia la primera según la Tabla Uno vigente del nivel contratado.

Resultará adjudicatario aquel Consumidor que obtenga la puntuación acumulada más alta hasta el mes

inmediato anterior de la fecha de que se trate. Y en caso de empate resultará adjudicatario aquel que tenga más antigüedad dentro del Sistema HABITAT.

IV.- Permanencia. Todos los Consumidores que hayan acumulado 2000 puntos dentro del Sistema HABITAT o tengan una antigüedad en meses resultante de multiplicar 0.33 por el número de apt's contratadas, ejemplo: En el caso de 120 apt's contratadas la antigüedad es de 40 meses, podrán participar. Resultará adjudicatario aquel Consumidor con la Mayor Antigüedad dentro del Sistema HABITAT.

En caso de que dos o más consumidores empatasen se tomará en cuenta el minuto, la hora, el día, el mes y el año de la firma del Contrato de Adhesión.

Séptima.- Adjudicación Directa. En caso de fallecimiento del consumidor, entra en vigor la adjudicación directa para adjudicar el bien inmueble o servicio a los beneficiarios que el consumidor señale en este Contrato de Adhesión. Siempre y cuando el Consumidor se encuentre al corriente en el pago de sus APT. La compañía aseguradora liquidará el riesgo de las APT no vencidas en la fecha en que ocurra el riesgo asegurado.

Octava.- Cuando dos o más consumidores resulten empatados mediante los procedimientos aplicables, se adjudicará el bien inmueble, o la prestación del servicio atendiendo al procedimiento siguiente: Se compararán los folios de los Contratos de Adhesión de los consumidores empatados, resultando adjudicado aquél con el número de folio menor, o sea el de mayor antigüedad.

Novena.- El Proveedor se obliga a adjudicar por grupo dentro de la periodicidad pactada en este Contrato de Adhesión a partir de la primera reunión de adjudicación, cuando menos un Bien Inmueble o Servicio, entre los Consumidores que se encuentren al corriente en el pago de sus cuotas periódicas totales a la fecha límite de pago estipulada en este Contrato de Adhesión.

Cuando los recursos de Grupo no sean suficientes el proveedor se obliga a

prestar la cantidad necesaria para realizar la adjudicación mínima, dicho préstamo será resarcido al Proveedor, de las cuotas periódicas totales del lapso siguiente de que se trate.

I.- Mensualmente se celebrarán las reuniones para las adjudicaciones, asistiendo los representantes del Proveedor, los de la Secretaría de Gobernación según sea el caso y los Consumidores que lo deseen. El objetivo de las reuniones será determinar a los Consumidores que resulten adjudicatarios.

Durante los primeros doce meses de operación del grupo en cuestión las reuniones para las adjudicaciones podrán celebrarse trimestralmente.

II.- El Consumidor participará en la primera reunión de adjudicación de su grupo, dentro de 120 días naturales siguientes a la fecha de este Contrato de Adhesión. En caso de incumplimiento, el Consumidor puede solicitar la devolución de las cantidades que haya erogado a favor del Proveedor, más lo que resulte de multiplicar la Tasa Interbancaria más alta la que le sustituya por el 1.25 por concepto de pena convencional al proveedor.

III.- Como requisito indispensable para participar en los procedimientos de Adjudicación, el Consumidor deberá estar al corriente en sus pagos hasta el mes inmediato anterior a la reunión para las adjudicaciones, dado el caso el Proveedor laborará las listas de los participantes y las publicará en su domicilio en base a la información que reciba de la Institución Bancaria.

IV.- Convocatoria para las reuniones de adjudicación. El proveedor proporcionará el lugar, la hora y las fechas determinadas de las Reuniones para las adjudicaciones a los Consumidores y a la Secretaría de Gobernación, a más tardar 15 días hábiles antes de cada Reunión de Adjudicación. Además las publicará mensualmente en uno de los periódicos de mayor circulación en el Estado de Baja California.

V.- Número de Adjudicaciones por evento de adjudicación.

De una hasta lo que el fondo común producto de las aportaciones periódicas permita en el mes que corresponda, reservando en la cuenta del fideicomiso el porcentaje que determine el Comité Técnico, para posibles cancelaciones.

VI.- Notificación. El Proveedor notificará por telegrama o cualquier otra forma y por medio fehaciente al Consumidor que haya resultado adjudicatario, en un plazo no mayor de 15 días naturales de la fecha del evento. Además, mensualmente publicará los resultados y el nombre de los consumidores con derecho a ser adjudicatarios, en uno de los periódicos de mayor circulación en el Estado de Baja California.

VII.- Monto Del bien o servicio adjudicado. Este será del Valor Presente del nivel contratado, publicado en la Tabla Uno, vigente hasta el mes inmediato anterior a la Reunión de Adjudicación correspondiente.

VIII.- La entrega del Bien Inmueble o servicio objeto del presente Contrato de Adhesión se llevará a cabo dentro de los 25 días naturales posteriores al cumplimiento de las garantías y requisitos que se establecen en este Contrato de Adhesión, una vez que el Consumidor haya resultado Adjudicado, salvo cuando el Consumidor convenga por escrito con el Proveedor, dentro de los 25 días señalados, un plazo de entrega diferente por cambio en especificaciones o características del bien o la prestación de servicio objeto de este Contrato de Adhesión.

De no cumplirse lo anterior el Proveedor se obliga a entregar al Consumidor en la misma fecha en que se concluya la transacción, los intereses por concepto de pena convencional, calculados sobre el importe total de las cuotas periódicas cubiertas, equivalentes a la misma tasa que se indica en la cláusula Tercera fracción VII del presente Contrato, aplicados sobre el número de días transcurridos a partir de la fecha en que el Consumidor haya cumplido con las garantías y requisitos estipulados en este Contrato de Adhesión. En caso de así desearlo, el Consumidor podrá optar por

372
rescindir mediante escrito ante el Proveedor este Contrato de Adhesión obligándose el Proveedor a devolver en un plazo no mayor a 5 días naturales, el importe acumulado de las cuotas periódicas totales cubiertas, a Valor Presente, descontándose la parte correspondiente al seguro de vida utilizado y agregándose como pena convencional, interés equivalente a la misma tasa que se indica en la cláusula Tercera fracción VII del presente Contrato sobre el precio total del Bien o servicio Adjudicado, aplicado sobre el número de días transcurridos a partir de la fecha en que el consumidor haya cumplido con las garantías y requisitos estipulados en este Contrato de Adhesión.

Décima.- El Proveedor contratará por cuenta y a nombre del Consumidor, cuando éste sea una persona física, cuando menos en forma proporcional al precio del Bien Inmueble, o servicio objeto de este Contrato de Adhesión, un seguro de vida e incapacidad total permanente a partir de la fecha del primer acto de Adjudicación de conformidad con la Legislación aplicable, y cuyo destino preferente sea cubrir las cuotas periódicas totales posteriores a la fecha de fallecimiento o incapacidad total permanente.

En caso de que el Proveedor, sin causa justificada, no contrate el seguro de vida e incapacidad total permanente, será responsable de la Adjudicación Directa en favor de los Beneficiarios del consumidor cuando éste fallezca o caiga en incapacidad total permanente.

Estas primas equivalen al porcentaje señalado en la carátula del presente contrato de adhesión. El porcentaje se aplica sobre el total de las Cuotas Periódicas que adeude el Consumidor en el mes que corresponda.

Décima Primera.- El Bien Inmueble objeto de este Contrato de Adhesión, para ser entregado físico o legalmente al consumidor, deberá contar con un seguro de daños de cobertura amplia con vigencia o prórroga obligatoria para todo el periodo en que se adeude parte del precio, y cuyo destino preferente sea cubrir las cuotas periódicas totales posteriores a la fecha en que se verifique el siniestro.

El Consumidor deberá autorizar al Proveedor para que contrate a su nombre, tanto el seguro inicial como las prórrogas, se entiende que otorga dicho consentimiento con la firma de éste Contrato de Adhesión.

El Proveedor podrá incorporar a la APT las parcialidades del importe de este seguro. En el entendido de que no podrá contratar la póliza a las tarifas más altas que las que rijan en el mercado para un seguro con alcances similares.

Décimo Segunda.- El Producto Neto que genere mensualmente el saldo promedio del producto integrado por las aportaciones periódicas de los Consumidores, son considerados los remanentes del Sistema

Son los recursos, una vez descontadas las comisiones, honorarios, y todos los gastos ocasionados por el fideicomiso y las cuentas recolectoras del mismo.

Estos intereses netos o remanentes serán denominados intereses del fondo común. El Consumidor acepta en este acto, que los remanentes sean empleados para integrar el fondo común que se utiliza para llevar a cabo las adjudicaciones

Desde el momento que se notifique al Consumidor que ha sido designado, adjudicatario, los intereses netos que genere el importe del valor presente del bien inmueble o servicio se acumularán exclusivamente a favor de dicho Adjudicatario, con cargo a la cuenta especial de intereses que genere el Fondo Común, mismos que serán entregados al hacer efectiva la Adjudicación. En el caso de que existiera algún remanente al concluir el plazo contratado por el último integrante de un grupo, este 100% se repartirá proporcionalmente entre las cuotas periódicas normales pagadas puntualmente por los adjudicatarios, sin considerar las cuotas anticipadas y después de deducir las posibles cuentas incobrables. Esta liquidación de remanente se efectuará 30 días posteriores a la notificación del Proveedor. El importe correspondiente a los adjudicatarios que no se presenten en el plazo de 30 días posteriores a la notificación, se entenderá que renuncia a dicho remanente y éste pasa a formar parte del capital del fideicomiso, y se repartirá entre los demás consumidores.

Décimo Tercera.- Responsabilidades. Para mantener la vigencia de la cobertura de los seguros, el Consumidor se obliga a pagar puntualmente las primas de los seguros correspondientes, de otra forma el Proveedor y la Compañía aseguradora quedan liberados de toda responsabilidad, hasta en tanto el Consumidor se ponga al corriente en el pago de los seguros.

Décimo Cuarta.- Resultar Adjudicatario, el Consumidor tendrá el derecho de elegir libremente el Bien Inmueble o servicio de ampliación, remodelación o construcción que desee, cuyo valor deberá ser al menos el del Valor Presente del nivel contratado, y al adquirirlo deberá Constituirse Garantías, Prendaria, Fiduciaria o Hipotecaria a favor del Proveedor, por el importe de las APT por pagar.

El Proveedor decidirá el tipo de Garantía a constituirse, la que considere mejor para el bien común del resto de los Consumidores inscritos al Sistema

En el caso de la Garantía Fiduciaria el Proveedor incorporará el importe de la administración anual en el recibo-depósito del consumidor, el que se cobrará en forma mensual proporcionalmente y deberá ser plenamente justificado al consumidor.

Cuando el consumidor desee un servicio de remodelación o ampliación y haya elegido un monto a valor presente igual o menor al del nivel 3, el proveedor podrá pedirle al consumidor únicamente que proporcione de cero a dos avales a juicio del proveedor, dado el caso el proveedor podrá condicionar al consumidor a que sus avales posean un bien inmueble libre de gravámenes.

En este caso no se exigirá otra garantía

Décimo Quinta.- Cualquier parte, dentro de los siguientes 5 días hábiles contados a partir de la fecha de este Contrato de Adhesión, podrá mediante escrito, darlo por terminado sin responsabilidad alguna. En este caso el Proveedor deberá devolver al Consumidor lo que haya aportado hasta la fecha de la terminación, dentro de los 30 días naturales siguientes.

Décimo Sexta.- El Proveedor podrá rescindir este Contrato de Adhesión, por

falta de pago de 3 APT en su conjunto por parte del Consumidor.

En este caso el Proveedor se obliga a devolver al Consumidor, el monto de sus aportaciones periódicas a Valor Histórico, menos dos Aportaciones Periódicas a Valor Promedio por concepto de pena convencional, dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de notificación de rescisión.

Décimo Séptima.- La rescisión a que se refiere la cláusula anterior deberá notificarse por escrito. No producirá efecto legal alguno, la rescisión que no se notifique en la forma prescrita.

Décimo Octava.- El consumidor que no haya recibido el bien o servicio, si así lo decide puede dar por terminado el presente contrato en los términos de la cláusula siguiente, es decir la Décimo Novena, o bien notificar al proveedor la suspensión de sus pagos por tiempo indefinido, dentro de los siguiente márgenes:

I.- Al momento de notificarse la suspensión, los pagos se suspenderán en tanto el consumidor así lo decida y no podrá hacerse efectiva la rescisión del presente contrato por parte del proveedor.

II.- Las APT efectuadas con anterioridad serán tomadas siempre a valor presente al momento de reanudarse las aportaciones y el consumidor en cuestión no perderá puntos ni antigüedad. Una vez reanudada la actividad del consumidor las aportaciones que realice serán a valor presente y no serán consideradas como impuntuales sino como APT normales.

III.- Durante el lapso que dure la suspensión de pagos, según convenga al consumidor en cuestión, éste no participa en ningún procedimiento de adjudicación, por lo tanto bajo ninguna circunstancia puede resultar adjudicado. El lapso que dure la suspensión no será computado para la contabilidad de la antigüedad del consumidor, especialmente para efectos del procedimiento de permanencia.

Por ejemplo un consumidor que se haya inscrito el primero de marzo de 1996 que

haya suspendido por seis meses, el 1 de septiembre de 1997 para efectos del procedimiento de permanencia tiene una antigüedad de: 12 meses, por lo que un consumidor inscrito el primero de mayo de 1996, que haya cumplido puntualmente, para efectos del procedimiento de permanencia tiene una antigüedad de 16 meses por lo que en el procedimiento de permanencia tiene preferencia al primero.

Décimo Novena.- El Consumidor que no haya recibido el Bien Inmueble, o servicio podrá cancelar mediante escrito este Contrato de Adhesión cuando así lo decida. En este caso el Proveedor deberá devolver al Consumidor el monto de sus Aportaciones Periódicas a Valor Histórico, menos el importe equivalente al 80% de la totalidad de aportaciones periódicas cubiertas a la fecha de cancelación a Valor Promedio por concepto de pena convencional, dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de notificación de la renuncia.

DECIMONOVENA.- El Consumidor que sea Adjudicatario o no Adjudicatario, podrá ceder los derechos y obligaciones contraídas en el presente Contrato de Adhesión, siempre y cuando se encuentre al corriente en sus APT. El Proveedor cobrará hasta un 2% del Valor Presente del nivel contratado al Consumidor por concepto de gastos administrativos y de investigación de Crédito. El Proveedor deberá contestar afirmativa o negativamente en un plazo no mayor a 30 días a partir de la recepción de la solicitud escrita del Consumidor, de no contestar, el Proveedor expresa su aceptación con la cesión. Todos los gastos notariales, fiscales o de cualquier otro tipo que cause esta cesión de derechos, correrán por cuenta del cesionario.

tomará en cuenta la puntuación asignada a las APT adelantadas.

Vigésima Tercera.- El Consumidor, Adjudicatario o no Adjudicatario, podrá ceder los derechos y obligaciones contraídas en el presente Contrato de Adhesión, siempre y cuando se encuentre al corriente en sus APT.

El Proveedor cobrará hasta un 2% del Valor Presente del nivel contratado al Consumidor por concepto de gastos administrativos y de investigación de Crédito.

El Proveedor deberá contestar afirmativa o negativamente en un plazo no mayor a 30 días a partir de la recepción de la solicitud escrita del Consumidor, de no contestar, el Proveedor expresa su aceptación con la cesión.

Todos los gastos notariales, fiscales o de cualquier otro tipo que cause esta cesión de derechos, correrán por cuenta del cesionario.

Vigésima Cuarta.- Adjudicación Directa por Fallecimiento o Incapacidad Total Permanente.

Si el consumidor al momento de ocurrir el siniestro está al corriente de sus APT, y no fuera Adjudicatario o ya siéndolo no haya hecho efectiva su Adjudicación, sus Beneficiarios podrán optar por adquirir el Bien Inmueble, o Servicio, o por recibir libremente el Importe del Valor Presente del nivel contratado.

Si al ocurrir el siniestro el Consumidor Adjudicatario se encuentra al corriente en el pago de sus APT, se cancelarán los gravámenes y el total de las APT por cubrir.

Vigésima Quinta.- Mediante escrito dirigido al proveedor, el consumidor antes de ser adjudicado podrá solicitar la modificación del nivel contratado, es decir el valor presente del bien o servicio contratado, incrementándolo o reduciéndolo dentro del límite máximo y mínimo en que se encuentren los valores diversos de su grupo.

Si el consumidor decide reducir el valor del bien o servicio contratado, el proveedor determinará la parte proporcional que resulta a favor del consumidor sobre las respectivas aportaciones a valor histórico, éstas serán aplicadas a las últimas cuotas periódicas

totales de la vigencia contratada en sentido inverso.

Si decide aumentar el valor presente del nivel contratado, deberá liquidar de inmediato la diferencia por las APT, a valor presente, así como las diferencias por cuotas de inscripción sobre el valor del aumento.

Esta modificación, se tomará como válida para el mes inmediato siguiente, y no se tendrá derecho a la adjudicación en el mes de la modificación.

El proveedor podrá rechazar o aceptar la solicitud dentro de un término de 30 días a partir de la recepción escrita de la solicitud, de no ser contestada por el proveedor se tomará como aceptada.

Vigésimo Sexta.- Mediante escrito dirigido al proveedor, el consumidor antes de ser adjudicado podrá solicitar modificar el número de APT contratado incrementándolo o reduciéndolo dentro del límite máximo y mínimo en que se encuentren los valores diversos de su grupo.

El proveedor podrá rechazar o aceptar la solicitud. En los términos del último párrafo de la cláusula vigésimo quinta.

De aceptarse se realizará el cambio en los términos de la cláusula anterior.

Esta modificación, se tomará como válida para el mes inmediato siguiente, y no se tendrá derecho a la adjudicación en el mes de la modificación.

Vigésimo Séptima.- Mediante escrito dirigido al proveedor, el consumidor antes de ser adjudicado podrá solicitar modificar el tipo de bien contratado, pudiendo elegir un bien inmueble o un servicio. El proveedor podrá rechazar o aceptar la solicitud. En los términos del último párrafo de la cláusula vigésimo quinta.

Vigésimo Octava.- Si por cualquier causa de fuerza mayor provocada directamente o indirectamente por algún agente externo al proveedor el ingreso de nuevos consumidores se redujera, produciendo un bajo fondo para las adjudicaciones, con el fin de proteger los beneficios de los consumidores el proveedor podrá fusionar los grupos con estas condiciones, con la obligación de

378

comunicar por escrito, previo a la siguiente reunión de adjudicación, el nuevo grupo en el que participará cada uno de los consumidores interesados.

Viésimo.- Tanto el Proveedor como el consumidor señalan como sus domicilios los indicados en el Presente Contrato de Adhesión y se obligan a comunicarse oportuna y fehacientemente cualquier cambio de domicilio, de no ser así, cualquier notificación que se realice en los domicilios indicados en este Contrato de Adhesión, será válida y surtirá efectos legales.

Trigésimo.- En el caso de que surjan controversias con motivo de la interpretación o incumplimiento del

presente Contrato de Adhesión, tanto el Proveedor, como el Consumidor, aceptan la intervención de la Procuraduría Federal del consumidor para conciliar dichas controversias.

Trigésimo Primera.- En caso de que persistan las controversias, para la interpretación y cumplimiento de lo establecido en este Contrato de Adhesión, las partes se someten a la competencia de los Tribunales de la ciudad de Mexicali, Baja California, renunciando a cualquier fuero que, por razón de su domicilio presente o futuro pudiere corresponderles.

Leído que fue el presente Contrato de Adhesión en presencia de los testigos que al final suscriben y enteradas las partes que intervienen en el de todas y cada una

de las cláusulas, se declaran aptas para contratar y obligarse en los términos que aquí se expresan y lo firman en la ciudad y fecha que aparecen en el encabezado.

CONSUMIDOR

TESTIGO

TESTIGO

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
 REGISTRO PUBLICO DE CONTRATOS DE ADHESION
 Contrato aprobado a libro de con. 100, 26745
 Libro 1º 9º
 Fojas 121 1160-95
 Fecha 9 de octubre de 1997
 Registro

PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR
 LICENCIADO RAFAEL AVANTE JUAREZ
 DIRECTOR GENERAL JURIDICO CONSULTIVO



Lic. Rafael Adrián Avante Juárez, Director General Jurídico Consultivo de la Procuraduría Federal del Consumidor con fundamento en el artículo 15, fracción XII del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de agosto de 1994.

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
REGISTRO PUBLICO DE CONTRATOS DE ADHESION

Las presentes copias fotostáticas corresponden fielmente con su original expedidas en el expediente número cuatrocientos diez y seis diagonal un mil ciento sesenta guión noventa y cinco a fojas sesenta y ocho a trescientos sesenta y cinco, que obra en el archivo de esta Dirección General, constan de cuatro fojas útiles debidamente selladas y expedidas en la Ciudad de México.