



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

SEMINARIO DE DERECHO MERCANTIL

LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A :

ADRIANA GONZALEZ MARTINEZ



CIUDAD UNIVERSITARIA,





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.

LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO

	PÁG.
CAPÍTULO PRIMERO. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	
1.1	Obligaciones contractuales. 4
1.2	Diferencias entre obligaciones civiles y mercantiles. 7
1.3	Generalidades de los contratos mercantiles. 10
1.3.1	Criterios para determinar la mercantilidad de los contratos. 12
1.4	Definición del contrato de autofinanciamiento. 13
1.5	Clasificación del contrato. 15
1.6	Elementos. 23
1.6.1	Elementos personales. 25
1.6.2	Elementos reales. 32
1.7	Operación y funcionamiento del contrato de Autofinanciamiento. 32
1.8	Caso fortuito y fuerza mayor. 39
1.9	Las garantías en el contrato de autofinanciamiento. 39
1.10	Terminación del contrato de autofinanciamiento. 40
CAPÍTULO SEGUNDO. MARCO HISTÓRICO	
2.1	Antecedentes generales. 42
2.1.1	En Alemania. 42
2.1.2	En Argentina. 43
2.1.3	En Brasil. 44
2.2	Antecedentes en México. 46
2.2.1	Los Bonos del Ahorro Nacional. 49
2.2.2	Las "tandas". 55
2.2.3	Cajas de ahorro. 57
2.2.4	Amortización de obligaciones. 61
CAPÍTULO TERCERO. MARCO JURÍDICO	
3.1	Fundamento Constitucional. 66
3.2	Código de Comercio. 68
3.3	Legislación Especial. 71
3.3.1	NOM – 037 – SCFI – 1994. 71
3.3.2	Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores. 83
3.3.3	Normas emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y el Banco de México. 84
3.4	Disposiciones Complementarias. 86
3.4.1	Ley Federal de Protección al Consumidor. 86
3.4.2	Inscripción al Registro Público de Contratos de Adhesión

de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.	89
3.4.3 Ley Federal de Juegos y Sorteos.	92
3.5 Jurisprudencia.	92
3.6 Derecho Comparado.	93

CAPÍTULO CUARTO. LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO

4.1 Causas que propician la Operación de Autofinanciamiento.	103
4.2 Efectos Económicos y Sociales derivados del Autofinanciamiento.	111
4.3 Las Empresas de Autofinanciamiento.	111
4.3.1 Naturaleza Jurídica.	113
4.3.2 Regulación.	121
4.4 Problemática actual del Autofinanciamiento derivada de las empresas que prestan este servicio.	124
4.4.1 Lavado de Dinero.	128
4.5 Necesidad de mejorar la legislación reguladora de las empresas de Autofinanciamiento.	134

CONCLUSIONES	144
---------------------	------------

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

LEGISLACIÓN CONSULTADA

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como propósito fundamental realizar un análisis profundo de los sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, mejor conocidos como sistemas de autofinanciamiento; ello, en razón de que estos sistemas se constituyen, en la actualidad, como una de las diferentes alternativas que se ofrecen en el mercado para que las personas adquieran innumerables tipos de bienes muebles, inmuebles o servicios (automotores, electrodomésticos, vivienda, etc.); con esto se busca posibilitar a los usuarios consumidores la obtención de información acerca de cómo se estructuran y operan las empresas de autofinanciamiento, tendiendo así a lograr el equilibrio de los intereses económicos entre las empresas contratantes y los consumidores, así como lograr la efectiva autoprotección de los consumidores contra las posibles prácticas abusivas que pudieran darse y que muchas veces se dan, por parte de las empresas operadoras de estos sistemas de comercialización denominados autofinanciamientos.

Para lograr el objetivo expuesto, se ubicó al sistema de autofinanciamiento como un auténtico contrato, de naturaleza mercantil, por dos razones: la primera, atendiendo al hecho de que los bienes y servicios que son su materia, se encuentran dentro del comercio y la segunda en razón de que las empresas de autofinanciamiento se consideran como entidades mercantiles que deben constituirse como sociedades de acuerdo con lo previsto en el Código de Comercio y la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El punto que presenta mayor complejidad en este análisis es el relativo a la normatividad que rodea a todo el sistema de autofinanciamiento, en razón de que no cuenta con un cuerpo legislativo único que lo regule, sino que las normas jurídicas aplicables se encuentran dispersas en diversos ordenamientos, mismos que son: Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la integración de Grupos de Consumidores, Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley Federal de Juegos y Sorteos, NOM-037-SCFI-1994, NOM-EM-006-SCFI-1999 y NOM-143-SCFI-2000, así como en la legislación aplicable de manera supletoria.

En vista de lo anterior, se hace necesario establecer un sistema de regulación unificado para las empresas de autofinanciamiento y que sea una sola entidad la que se encargue de regular a dichas empresas, pero sobre la firme base de una legislación estudiada y sometida a un proceso de creación formal como es el proceso legislativo, es decir, debe ser el Congreso de la Unión el que debe sentar las bases sobre las cuales la Secretaría de Economía complemente dicha regulación, a través de las normas jurídicas administrativas en el ámbito de su competencia y sin salir del esquema técnico – operativo a que debe sujetar su actuación.

Por tales razones, en el presente trabajo se proponen modificaciones sustanciales a los diversos ordenamientos que regulan a las empresas de autofinanciamiento y que suponen una reestructuración de fondo en la manera en que el Estado ha venido regulando y, de alguna forma, manejando, las reglas que imperan a las empresas de autofinanciamiento; ofreciéndose con dicha reestructura una serie de medidas que tienden a ofrecer una mayor protección para los usuarios de estos sistemas de autofinanciamiento, además de que para las empresas supone una mayor seguridad en la competitividad, toda vez que se asegura que no existen empresas “fantasma” que captan el capital de las personas a efecto de utilizarlos de manera fraudulenta, para después desaparecer y logrando con ello la desconfianza de los consumidores.

LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO

CAPÍTULO PRIMERO. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

- 1.1 OBLIGACIONES CONTRACTUALES
- 1.2 DIFERENCIAS ENTRE OBLIGACIONES CIVILES Y MERCANTILES
- 1.3 GENERALIDADES DE LOS CONTRATOS MERCANTILES
 - 1.3.1 CRITERIOS PARA DETERMINAR LA MERCANTILIDAD DE LOS CONTRATOS
- 1.4 DEFINICION DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO
- 1.5 CLASIFICACION DEL CONTRATO
- 1.6 ELEMENTOS
 - 1.6.1 ELEMENTOS PERSONALES
 - 1.6.2 ELEMENTOS REALES
- 1.7 OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO
- 1.8 CASO FORTUITO Y FUERZA MAYOR
- 1.9 LAS GARANTÍAS EN EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO
- 1.10 TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

1.1 OBLIGACIONES CONTRACTUALES.

La relación personal acreedor – deudor que constituye la piedra angular de los derechos personales o de crédito es identificada y designada desde el derecho romano, bajo el término de *Obligatio* u *Obligación*.

En la concepción de la obligación en el Derecho Romano, el empleo del vocablo vínculo, para asociar o relacionar a los sujetos de la misma, resultaba bastante acertada, en razón de que los sujetos se encontraban verdaderamente ligados entre sí, baste señalar que las únicas formas de extinguir la obligación eran el pago y la muerte del deudor.

El tratadista Rafael Rojina Villegas corrobora lo antes expresado: *“Se ha considerado que la idea de vínculo jurídico correspondía al concepto de la obligación primitiva en el derecho romano, por cuanto a que efectivamente el deudor estaba vinculado al acreedor. Este (sic) ejercía un verdadero poder jurídico sobre su persona, libertad y patrimonio. Por esto, en el caso de incumplimiento, tal poder jurídico podía llegar al extremo de hacer coacción sobre la persona misma del deudor, someterlo a trabajos forzados o privarlo de la vida, en determinadas circunstancias. Como medida de precaución, el incumplidor permanecía en casa del acreedor, atado de cadenas. Se llamaba obligati, a su estado material. El obligado es, pues, un individuo encadenado por otro a quien le debe algo en forma de nexus”*.¹

El objeto de la obligación en el derecho romano, - a diferencia del actual, en que puede consistir en un dar, un hacer o un no hacer -, se hacía recaer en un *dare* (dar), un *facere* (hacer) o en un *praestare* (prestar), como se puede advertir en la siguiente referencia: *“El vínculo tiene por objeto una prestación, y ésta se puede hacer consistir en un dare (que en el derecho romano significaba una transmisión de propiedad), en un facere que comprende también el non facere y abraza un hecho cualquiera (acción u omisión) o en un praestare, en el que se incluyen determinadas prestaciones que no figuran en las categorías anteriores, y son por lo general responsabilidades habitualmente accesorias de otras obligaciones principales”*.²

¹ Rojina Villegas, Rafael. Derecho Civil Mexicano, tomo II, 10ª edición, México, Editorial Porrúa, 2000, p. 15.

² Ruggiero, Roberto de. Instituciones de Derecho Civil. Citado por Sepúlveda Sandoval, Carlos. De los Derechos personales de crédito u obligaciones, 1ª edición, México, Editorial Porrúa, 1997, p. 23

Las obligaciones son: "las relaciones entre personas, cuando tienen el carácter de jurídicas" , siendo la obligación "el compromiso o carga que en toda ocasión es correlativa del derecho que tiene el acreedor de pedir y exigir el cumplimiento aún de modo coactivo".³

La clásica definición de la obligación jurídica que se ha heredado desde el derecho romano, expresaba: "vínculo jurídico por virtud del cual una persona, denominada acreedor, está facultada para exigir de otra, denominada deudor, una prestación o abstención" o bien se expresaba en otro orden: "vínculo jurídico por virtud del cual una persona denominada deudor se encuentra constreñida a ejecutar a favor de otra, denominada acreedor, una prestación o una abstención". Esta definición se ha mantenido prácticamente inalterada hasta nuestros días.

El autor Borja Soriano da su definición: "*Obligación es la relación jurídica entre dos personas por virtud de la cual un sujeto llamado acreedor, está facultado para exigir de otro denominado deudor, una prestación o una abstención*".⁴

Bajo la influencia de autores modernos, el tratadista Rafael Rojina Villegas define a la obligación de una manera sencilla: "*Relación jurídica por virtud de la cual un sujeto llamado acreedor, está facultado para exigir de otro denominado deudor, una prestación o una abstención*".⁵

El autor Carlos Sepúlveda Sandoval, aporta su definición de obligación jurídica: "*situación jurídica de sujeción o sometimiento por la cual una persona, denominada deudor, se encuentra constreñida o compelida a ejecutar a favor de otra, denominada acreedor, una prestación o una abstención de carácter patrimonial*".⁶

El objeto de las obligaciones es aquello que puede ser exigido al deudor por el acreedor, pudiendo tratarse de obligaciones de dar, hacer o no hacer, variando las reglas para cada uno dependiendo de su ejecución.

Todos los autores coinciden en considerar que la obligación entraña un vínculo entre dos personas o más y dentro de ella una de las personas debe cumplir un acto o una abstención, que en la actualidad solamente se constriñe al ámbito patrimonial, dejando atrás a las obligaciones que exigían deberes de carácter personal.

Ahora bien, las fuentes de las obligaciones han sido clasificadas desde diversos puntos de vista, y una clasificación del autor Carlos Sepúlveda Sandoval, que podría denominarse clásica, señaló como tales al contrato, delito, cuasicontrato, cuasidelito y ley. En cuanto al contrato, es el acto jurídico por excelencia, se realiza por voluntad de las partes, la cual, funciona como ley suprema y tiene la virtud de generar obligaciones y derechos en la forma y términos que los contratantes quisieron obligarse, mismos que aparecen en el contrato celebrado; en consecuencia, es una característica esencial del contrato la existencia de un acuerdo de las voluntades de las partes que a él concurren con una finalidad mutua.

En los contratos mercantiles se reconoce la autonomía de la voluntad de las partes para celebrar y ejecutar los contratos que deseen, e incluir en ellos las cláusulas que consideren más convenientes, estén o no reconocidos (nominados) o reglamentados (típicos) por la ley, teniendo como únicas limitaciones las relativas al orden o interés público, las establecidas en las leyes con el carácter de prohibitivas y las referentes a la renuncia de derechos.

El autor Emmanuel Kant señaló: "*Cuando una persona decide algo con respecto a otra, siempre es*

³ Bejarano Sánchez, Manuel, *Obligaciones civiles*, 5ª. edición, Oxford, México, 1999, pág. 36.

⁴ Borja Soriano, Manuel. *Teoría General de las Obligaciones*, 14ª edición, México, Editorial Porrúa, 1995, p. 88.

⁵ Rojina Villegas. *Ob. cit.* p. 12

⁶ Sepúlveda Sandoval, Carlos. *Ob. cit.*, p.31

posible que cometa alguna injusticia, pero toda injusticia es imposible cuando decide algo para sí misma"; este principio de la autonomía de la voluntad permite al individuo crear a su libre y entero arbitrio.

Por ello existen en la práctica, contratos normativos, nominados e innominados que, aunque no son reglamentados por la ley, ni en el mejor de los casos nominados por ella, una vez que surten sus efectos obligan a las partes en sus términos, tal como se establece en el artículo 78 del Código de Comercio y en el artículo 1796 del Código Civil Federal. Dicha autonomía de la voluntad también está reconocida en los Principios sobre los Contratos Mercantiles Internacionales elaborados por la UNIDROIT (Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado) que la reconocen como el eje sobre el cual gira el orden económico internacional; por ello admiten que las partes tienen libertad para celebrar un contrato, para determinar su contenido y para elegir con quien contratan.

Estos principios del Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), son un conjunto de reglas que pretende ser aplicable a los diversos contratos comerciales internacionales. Se refiere a los aspectos generales de cualquier contrato. Consta de un preámbulo, que expresa el propósito del documento, y siete capítulos, dos de los cuales se subdividen en secciones; en total contiene 119 artículos. El primer capítulo (10 artículos) contiene disposiciones generales. El segundo (22 artículos) se ocupa de la formación del contrato; el tercero (20 artículos) de su validez; el cuarto (8 artículos) da reglas para la interpretación de los contratos; y, el quinto (8 artículos) trata acerca del contenido general de las obligaciones contractuales. El sexto capítulo se refiere al cumplimiento, subdividido en dos secciones: la primera (17 artículos) sobre el cumplimiento en general y la segunda (3 artículos) sobre la excesiva onerosidad sobrevenida (*harship*). El capítulo séptimo se refiere a las consecuencias del incumplimiento, es el más largo y se subdivide en cuatro secciones: la primera (7 artículos) sobre el incumplimiento en general, la segunda, (5 artículos) sobre el derecho a exigir el cumplimiento específico de las obligaciones contractuales, la tercera (6 artículos) sobre la terminación o resolución del contrato y la cuarta (13 artículos) sobre el resarcimiento de los daños y perjuicios causados por el incumplimiento⁷.

Los principios no tienen validez oficial como un tratado o convención internacional, tampoco como un uso o costumbre internacional. Son, por ahora, simplemente un conjunto de reglas y comentarios que han sido aprobados por un grupo representativo de juristas de las diversas tradiciones jurídicas actuales como reglas adecuadas para los contratos comerciales internacionales.

De acuerdo con el autor Jorge Addame Goddart, estos principios *"pueden convertirse en reglas efectivamente aplicables a los contratos comerciales internacionales por acuerdo específico de las partes de un contrato, o bien cuando las partes acuerden aplicar los "principios generales de derecho", la lex mercatoria u otras expresiones semejantes"*.⁸

Aunque estas reglas son de carácter internacional, contienen notas distintivas que pueden ser aplicables a los contratos mercantiles en México, en razón de que dentro de las citadas reglas, existe un apartado relativo a la contratación con cláusulas estándar, definiéndolas como *"aquellas que son preparadas con anticipación por una de las partes para su uso general y repetido y que son utilizadas, de hecho, sin ser negociadas con la otra parte"*. Lo anterior es así toda vez que en el Código de Comercio mexicano, no hay disposiciones especiales que definan o rijan a este tipo de cláusulas, salvo la Ley Federal de Protección al Consumidor que contiene un régimen específico sobre contratos de adhesión que los describe en términos similares a los contenidos en el régimen de los Principios Generales del Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado, señalando como características distintivas el ser elaborados unilateralmente y constar en formatos uniformes, lo que implica que son de uso generalizado.

⁷ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A. C.

⁸ Adame Goddart, Jorge. El Contrato Internacional, México, Editorial Mc Graw Hill, 1999, p. 6.

Cabe hacer mención que dentro del régimen mercantil mexicano, solamente se hace mención de los contratos de adhesión dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor (artículos 63 al 63 quintus), la Ley de Protección y Defensa al Usuario de los Servicios Financieros (artículos y en el Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (artículo 14, fracciones II, III, VI y VIII), dentro de tales ordenamientos se prevé que dicho régimen es aplicable exclusivamente a contratos entre un proveedor (comerciante) y un consumidor (persona física o moral), pero no a contratos entre dos comerciantes.

1.2 DIFERENCIAS ENTRE OBLIGACIONES CIVILES Y MERCANTILES.

"Las escasas normas mercantiles sobre obligaciones y contratos son reglas especiales que alteran y derogan algunos principios de derecho civil. Estos preceptos son muy pocos y solo contienen variantes del derecho común. Están inspirados en el tráfico comercial y se caracterizan por el rigor en la ejecución de las obligaciones mercantiles".⁹

La importancia de distinguir entre las obligaciones contractuales civiles y las mercantiles se complica en el régimen jurídico, en razón de que, de acuerdo con el pacto federal establecido por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se asigna a la Federación la competencia para legislar en materia de comercio (artículo 73 fracción X del Código de Comercio), mientras que la legislación civil se conserva como materia propia de las entidades federativas. La legislación mercantil es única y aplicable a todo el territorio nacional, la civil es múltiple y la dictan las entidades federativas para su territorio local. Por tanto, la necesidad de establecer una distinción clara para los contratos que son mercantiles obedece, entre otras, a dos razones básicas.

- 1) En primer lugar, a la aplicación de determinadas normas sustantivas especiales para las obligaciones y contratos mercantiles, reglas especiales que derogan a las normas civiles de carácter general.
- 2) El segundo motivo importante es la vía procesal para el caso de conflicto, que implica que las normas aplicables a cada procedimiento son también diferentes. Además, en principio el juez competente es, un juez federal (en materia mercantil) y en el otro un juez local (materia civil); aunque la Constitución autoriza a los jueces locales aplicar la materia federal, cuando se afecten intereses de particulares (artículo 104 fracción I) es decir, les permite utilizar la llamada "Jurisdicción dual"¹⁰ o concurrencia, que en realidad es en la competencia y no en la jurisdicción.

A este respecto, tratándose del autofinanciamiento, al ser éste un contrato mercantil que se rige por el Código de Comercio (aunque no expresamente como tal), el Reglamento de Sistemas de Comercialización consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores, la Norma Oficial Mexicana, la Ley de Juegos y Sorteos, la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como todos los ordenamientos de orden federal, le corresponde seguir, en caso de controversia, un procedimiento ante juez federal; sin embargo, como se apuntó en el párrafo anterior, en la práctica, al lesionarse sólo intereses de particulares, puede el juez local encargarse de dirimir las controversias que surgen entre las partes en su calidad de consumidores y las empresas que ofrezcan este servicio.

En esta tesitura y siguiendo el razonamiento expuesto, se entiende que podrán conocer de este tipo de conflictos un juez federal, en el caso de que se lesionen intereses del Estado, como podría ser el caso de una entidad pública, o un juez del fuero común, como potestad del actor en la selección.

⁹ Arce Gargollo, Javier. Contratos Mercantiles Atípicos, 10ª edición, México, Editorial Porrúa, 2005, p.15.

¹⁰ Farina, Juan M. Contratos Comerciales modernos: Modalidades de contratación empresarial, 9ª edición, Buenos Aires, Ed. Astrea de Alfredo y Ricardo de Palma, 1993, p.3.

El Código de Comercio mexicano está estructurado básicamente en función del acto de comercio, pero no contiene una parte general dedicada a todos los principios y reglas de los actos de comercio, obligaciones y contratos, sino que únicamente señala algunos principios de excepción y regula algunos de los contratos que califica de mercantiles (comisión, consignación, compraventa, depósito, transporte, préstamo y cesión de créditos).

Diversos de los contratos regulados tanto por el Código de Comercio como por leyes comerciales especiales son y han sido tradicionalmente regulados por el Código Civil Federal, tal como acontece con la compraventa, el depósito y la prenda; de ahí que ante la ausencia de una teoría general de las obligaciones mercantiles y de disposiciones en el Código de Comercio que regulen ampliamente los actos, obligaciones y contratos mercantiles, puesto que existen actos (en específico contratos) que no son esencial ni absolutamente mercantiles, sino que pueden ser también civiles y desde el momento en que se conservan al mismo tiempo códigos civiles y un Código de Comercio para regular obligaciones y contratos civiles y mercantiles, es necesario determinar cuándo existe un contrato mercantil y cuándo un contrato civil.

En opinión de la autora Soyla H. León Tovar, *"La importancia de esta distinción estriba en las consecuencias que implica considerar un contrato como civil o como mercantil, v. gr. en cuanto a la transmisión de riesgos, los efectos de la morosidad o el plazo de cumplimiento de las obligaciones"*.¹¹

Ahora bien, el autor Javier Arce Gargollo precisa algunos principios sobre obligaciones mercantiles:

"a) *Prohibición de términos de gracia y cortesía.* La rapidez y rigidez en el cumplimiento de las obligaciones mercantiles tiene un reconocimiento expreso en el artículo 84, que afirma: *"en los contratos mercantiles no se reconocerán términos de gracia y cortesía"*. Este precepto está tomado del Código de Comercio español (artículo 61) y se complementa con otras normas sobre los términos y el cumplimiento de las obligaciones. (...) Al decir del autor Felipe de J. Tena, *"este artículo tiene por objeto evitar todas las dilaciones extracontractuales que en España permitían las Ordenanzas de Bilbao"*.¹²

b) *Términos.* La legislación mercantil señala que para el cómputo de los términos se entiende "el día de veinticuatro horas; los meses, según están designados en el calendario gregoriano, y el año, de trescientos sesenta y cinco días" (artículo 84). Este concepto es copia del artículo 61 del Código de Comercio español y puede relacionarse con las disposiciones del Código de Comercio vigente que, en sus artículos 1176 a 1178 señala, de forma similar a la ley mercantil, como deben contarse los plazos en materia de prescripción.

c) *Cumplimiento de las obligaciones.* Respecto al cumplimiento de las obligaciones mercantiles, el Código de Comercio proporciona algunas reglas que difieren, en cierto sentido de las del derecho civil. En relación con el plazo, si las obligaciones mercantiles no tuvieran término prefijado por las partes o por el mismo Código de Comercio, "serán exigibles 10 días después de contraídas, si sólo produjeran acción ordinaria y al día inmediato si llevaran aparejada ejecución" (artículo 83). Copiado también en su totalidad de la Ley Mercantil española (artículo 62), este precepto especial deroga las normas del Código de Comercio sobre las obligaciones sin plazo. El artículo 2080 de este ordenamiento dispone que las obligaciones de dar deben cumplirse treinta días después de la interpelación, y las obligaciones de hacer cuando lo exija el acreedor, siempre que haya transcurrido el tiempo suficiente para su cumplimiento. El criterio de distinción es arbitrario y, además, su aplicación exige que se analicen las normas procesales procedentes para calificar a la obligación mercantil con base en la acción procesal que debe intentarse. Dicha disposición no es muy práctica porque de un mismo acto jurídico – un contrato por ejemplo – se pueden derivar

¹¹ León Tovar, Soyla H. Contratos Mercantiles, 1ª edición, México, Oxford, 2003, p.1.

¹² Tena, Felipe de J. Derecho Mercantil Mexicano, Porrúa, México, 1980, p. 265.

otras obligaciones con acciones ordinarias y ejecutivas. Además de esta regla comercial existe otra para el contrato de compraventa mercantil que hace posible exigir la obligación de entrega por parte del vendedor, en 24 horas (art. 379), y la de pagar el precio de contado (art. 380). Para el préstamo sin plazo, el artículo 311 del Código de Comercio establece la misma norma que el artículo 2080 del Código de Comercio.

En cuanto al *lugar de pago*, el Código de Comercio (artículo 86) ordena que sea determinado en el contrato, y a falta de ello, "*en aquél que según la naturaleza del negocio o la intención de las partes deba considerarse adecuado al efecto por consentimiento de aquéllas o arbitrio judicial*". Este principio difiere de lo establecido en el derecho común que, recogido en el artículo 2082 del Código de Comercio, señala: "por regla general el pago debe hacerse en el domicilio del deudor, salvo que las partes convinieren otra cosa". Consideramos que este principio general puede ser aplicable, en determinados casos, a las obligaciones mercantiles, pues el derecho civil resulta supletorio y la norma comercial no es clara. También sirve de base a esta afirmación el complemento procesal de que es juez competente el del domicilio del deudor (art. 1104, 1105 y 1107).

d) *Mora*. De acuerdo con el artículo 85, los efectos de la morosidad en el cumplimiento de las obligaciones mercantiles principian al día siguiente de su vencimiento. Si la obligación no tuviere vencimiento, éste se produce cuando el acreedor lo reclama por interpelación. Esta disposición fue tomada del artículo 63 del Código de Comercio español. En relación con el derecho común, la regla mercantil coincide con el artículo 63 del Código de Comercio español. En relación con el derecho común, la regla mercantil coincide con el artículo 2104 de nuestro Código, aunque este último es más explícito y casuista acerca de la regulación general sobre el cumplimiento de las obligaciones. "El solo vencimiento del plazo sin que la obligación se cumpla, trae *ipso iure* aparejada la mora, sin que sea menester que el acreedor haga nada que gestione en modo alguno el pago de su crédito. El vencimiento del plazo lo hace todo, *Dies interpellat pro homine*".

e) *Solidaridad*. La doctrina española reclama la ausencia de una norma mercantil general que establezca el principio de la solidaridad pasiva en las obligaciones mercantiles en que participan varios codeudores.

En el derecho mexicano, a falta de norma mercantil específica, el Código de Comercio exige que la solidaridad se pacte siempre de forma expresa o que derive de la ley (art. 1988). No estoy de acuerdo con el autor Vázquez del Mercado, quien considera que "*en el derecho mercantil se presume la solidaridad en las obligaciones*", pues no hay fundamento legal alguno que sustente dicha opinión.

f) *Prescripción*. Los plazos de prescripción de las obligaciones mercantiles, como normas de excepción al derecho común, son más cortos que los señalados en el Código de Comercio. Los artículos 1038 a 1048 regulan la prescripción mercantil y establecen plazos de uno, tres y cinco años para determinadas acciones. La norma general, al igual que en materia civil, es que cuando no se establece un término más corto, la prescripción mercantil es por diez años (artículo 1047). Las disposiciones civiles sobre prescripción, como regla general, suplen al derecho comercial.

g) *Intereses*. La determinación del interés legal se encuentra en el contrato de préstamo en el Código de Comercio para las obligaciones mercantiles. En el derecho civil es del 9% anual y en el mercantil del 6%. La Ley Federal de Protección al Consumidor señala que no puede haber intereses sobre intereses (artículos 68 y 69), norma que concuerda y se relaciona con el artículo 363 del Código de Comercio, sobre préstamos mercantiles, que permite capitalizar intereses, y repite la prohibición que contiene el Código de Comercio para el préstamo (art. 2397). Debe considerarse que estas reglas sobre el interés solo se aplican a los actos que dicha ley regula expresamente en tales preceptos, y están excluidas las operaciones bancarias.

h) *Normas procesales*. Aunque no se trata de reglas relativas a las obligaciones mercantiles sino a los juicios mercantiles, conviene destacar que el Código de Comercio contiene disposiciones especiales para las “controversias que, conforme a los artículos 4º, 75 y 76, se deriven de los actos comerciales” (art. 1049). Los juicios mercantiles tienen reglas procesales más ágiles y menos formales que las del procedimiento civil; así en general, los plazos en los procedimientos mercantiles son más cortos y hay menor variedad de vías procesales que en los civiles. Los términos judiciales empiezan a correr antes, por lo que la contestación de la demanda en juicio ordinario y ejecutivo mercantil, debe producirse en un plazo menor que para los juicios civiles. Sin embargo, el derecho procesal comercial – incompleto y excepcional – debe complementarse con el Código Federal de Procedimientos Civiles por reforma del año 2003), como lo ordena claramente el artículo 1054 y lo reitera la jurisprudencia”.¹³

1.3 GENERALIDADES DE LOS CONTRATOS MERCANTILES.

*“Un contrato mercantil se perfecciona y adquiere vida plena por sí mismo, justo cuando la propuesta de una parte y la aceptación de otra, coinciden y armonizan entre sí, es decir, un contrato se perfecciona con el consentimiento manifiesto de las partes en relación. De este perfeccionamiento son precedentes la oferta o propuesta de una de las partes conteniendo en forma clara la declaración de voluntad de las partes, manteniéndose en pie hasta el momento de la aceptación”.*¹⁴

Es decir, que el elemento esencial en los contratos es el consentimiento de las partes, el cual consiste en el acuerdo de voluntades que en él intervienen. El autor Jorge Adame Goddard señala: *“los contratos mercantiles tienen un mecanismo básico que se integra a base de una doble operación; en primer lugar, las partes que intervienen se ponen de acuerdo sobre el contenido del contrato, determinando con ello el objeto y las condiciones esenciales del acto, precisando los efectos de las cláusulas que se estipulen. Verificado lo anterior, ha concluido la primera operación, y como segunda, por un acto de voluntad se expresará la adhesión individual de cada una de las partes al acto preparado”.*¹⁵

En este sentido, difiere del autor arriba citado, en razón de que está englobando en su concepto a dos tipos de contratos, definiendo primero a aquellos en los cuales ambas partes pueden establecer o bien modificar el contenido de las cláusulas señaladas en el contrato, es decir, verdaderamente crean el contrato determinando su contenido y consecuencias; en tanto que en la segunda parte de su explicación, se refiere más bien a los contratos de adhesión (como el de autofinanciamiento), en razón de que se refiere a “la adhesión de las partes al acto preparado”, y se establece esta diferencia en razón de que si las partes concurren libremente expresando su voluntad determinando el contrato, no es posible que como segunda “operación” quede la adhesión al acto que las mismas partes crearon, razón por la cual considero que en la segunda parte de su definición se está evidenciando a los contratos de adhesión, porque en ellos no intervienen las dos partes para crear el contenido de las cláusulas de dicho contrato, sino que es una de ellas quien elabora el contrato, y la otra, solamente expresa si está de acuerdo con el contrato y se obliga, o si no está de acuerdo, no se adhiere a dicho contrato sin poderlo modificar.

“Las generalidades acerca de la forma en los contratos mercantiles, no son sino la forma de manifestarse el negocio en su forma exterior, así pues existen contratos formales y no formales siendo los primero aquellos a los cuales la ley exige determinada forma. En materia mercantil, las formalidades se refieren a: plasmar por escrito la voluntad de cada uno de los contratantes y

¹³ Arce Gargollo, Javier. Contratos Mercantiles Atípicos, 10ª edición, 2005, Porrúa. pp. 17 – 23

¹⁴ Olvera de Luna, Omar. Contratos Mercantiles, 1ª edición, México, Porrúa, 1982, p. 9.

¹⁵ Adame Goddard, Jorge. El Contrato de Compraventa Internacional, 2ª edición, Mc Graw Hill, 1994, México, p. 17.

elevanto a escritura notarial, no siendo indispensable del primer aspecto el segundo.¹⁶

Dentro del Código de Comercio, se encuentran dieciocho dispositivos que se refieren a las normas generales de los contratos mercantiles (artículos 75 a 94) algunos de ellos difieren de lo previsto por el Código Civil Federal, sin que con la regulación prevista en el Código de Comercio pueda ser completa la reglamentación general de los contratos mercantiles; por ello debe recurrirse de manera supletoria a la Teoría General de las Obligaciones del Derecho Civil así como a las previsiones establecidas en el Código Civil Federal; supletoriedad aplicable tal como se señala en los artículos 2º y 81 del Código de Comercio.

Conforme lo previene el artículo 1859 del Código Civil Federal, los contratos típicos quedan sujetos a las normas especiales previstas por la ley que regula cada uno de dichos contratos, así como a las disposiciones generales de los contratos que no se opongan a la naturaleza del contrato típico ni a sus normas especiales. Así, aplicado a los contratos mercantiles, los expresamente regulados por el Código de Comercio se sujetan a las normas previstas especialmente para esos contratos y, en lo previsto por éstas, a las normas de los contratos mercantiles en general señaladas en dicho Código y que no sean contrarias a su naturaleza; a falta de disposición expresa, se aplicarán supletoriamente las normas del Código Civil Federal previstas para los contratos civiles.

En cambio, los contratos atípicos mercantiles, conforme lo señala el artículo 1858 del mismo Código Civil Federal de aplicación supletoria, se rigen por las reglas generales de los contratos mercantiles, por las reglas generales de los contratos civiles, por las estipulaciones de las partes, y en lo que fueren omisas, por las disposiciones del contrato con el que tengan más analogía de los reglamentados en primer lugar por el Código de Comercio y en segundo lugar, por el Código Civil Federal.

Para tal efecto, deberán tomarse en cuenta las reglas de interpretación señaladas en los artículos 1851 a 1859 del Código Civil Federal, conforme a los cuales, si los términos de un contrato son claros y no dejan lugar a duda sobre la intención de los contratantes, se estará al sentido literal de sus cláusulas y cuando las palabras parecieran contrarias a la intención evidente de las partes, prevalecerá ésta sobre aquéllas. De ahí que aún cuando las partes denominen al contrato bajo un nombre que no coincide con la intención de las mismas, ni con su naturaleza, se desentienda dicha denominación, ya que la naturaleza de los contratos depende, no de la designación que le hayan dado las partes, la cual puede ser errónea, sino de los hechos y actos consentidos por las mismas, en relación con las disposiciones aplicables, de acuerdo con las reglas de interpretación previstas en el citado Código Civil Federal, tal como lo ha reconocido la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en las siguientes tesis:

CONTRATOS. INTERPRETACIÓN DE LOS. La naturaleza de los contratos depende, no de la designación que le hayan dado las partes, que puede ser errónea, sino de los hechos y actos consentidos por las mismas en relación con las disposiciones aplicables, atenta a la regla de interpretación del Código Civil Vigente, consistente en que: "Si las palabras parecieran contrarias a la intención evidente de los contratantes, ésta prevalecerá sobre aquéllas".

Tercer Tribunal Colegiado de Circuito. Octava Época. Semanario Judicial de la Federación. Tomo IX. Febrero. Página 162. Amparo Directo 483/90, Alberto Mondragón Pérez. 13 de septiembre de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: María del Carmen Sánchez Hidalgo. Secretaria: Edith Alarcón Meixueiro. Apéndice al Semanario Judicial de la Federación 1917 – 1985, Cuarta Parte, Tesis 108.

CONTRATOS. NOMBRE Y ESENCIA DE LOS. El nombre no hace al contrato, sino que la esencia de éste, está más allá de la autonomía individual y depende de la naturaleza de las cosas, dado que las definiciones legales de los actos jurídicos no están a disposición arbitraria de las partes, sino que pertenecen al orden público de la Nación. La naturaleza de los contratos no puede cambiar por

¹⁶ Olvera de Luna. Ob. cit., p. 19.

el solo hecho de que los contratantes los denominen de modo diverso al que legalmente les corresponda.

Tercera Sala. Séptima Época. Semanario Judicial de la Federación. Cuarta Parte. Volumen 169174. Cuarta Parte, página 36. Amparo Directo 2871/82. Julio Llaguno Manzano. 30 de junio de 1983. 5 votos. Ponente: Gloria León Orantes. Séptima Época. Cuarta Parte. Volumen 61, página 23. Amparo Directo 500/73. Gloria de Valois Cabiedes. 10 de enero de 1974. Unanimidad de 4 votos. Ponente: J. Ramón Palacios Vargas. Volumen 26, página 28, Amparo Directo 359/70. Esther Palacios de Barro. 4 de febrero de 1971. Unanimidad de 4 votos. Ponente: Ernesto Solís. Quinta Época. Tomo CXXVI, página 380. Revisión Fiscal 17/55. Enrique Orozco Vargas. 7 de noviembre de 1955. 5 votos. Ponente: José Rivera Pérez Campos. Nota: la prelación de precedentes ha sido corregida. En la publicación original esta tesis apareció con la siguiente leyenda: Nota: Reitera tesis de jurisprudencia número 129, Apéndice 1917 – 1975, Cuarta Parte, página 378.

Asimismo, cuando alguna cláusula admite diversos sentidos, el Código Civil Federal previene que debe entenderse en el más adecuado para que produzca sus efectos (artículo 1853 del Código Civil Federal). Al igual, las palabras que pueden tener distintas acepciones serán entendidas en aquéllas que sea más conforme a la naturaleza y objeto del contrato (artículo 1855 de Código Civil Federal); el artículo 1852, previene que cualquiera que sea la generalidad de los términos de un contrato, no deberán entenderse comprendidos en él cosas distintas y casos diferentes de aquéllos sobre los que los interesados se propusieron contratar. En todo caso, las cláusulas de los contratos deberán interpretarse las unas con las otras, atribuyendo a las dudosas el sentido que resulte del conjunto de todas (artículo 1854 del Código Civil Federal).

Cabe agregar que, siendo tan definitivamente trascendente *"la voluntad de las partes contratantes, tiene límites como son: la ilicitud, que significa la contravención a las leyes o a la moral; y la prohibición expresa de la ley en sus modalidades administrativa, hacendaria, civil, etc"*.¹⁷

Aunque el Código de Comercio omite toda consideración respecto del concepto de obligación (vínculo jurídico por el cual una persona llamada deudor se constriñe frente a otra denominada acreedor a cumplir una prestación, ya sea de dar, hacer o no hacer) sus clases, modalidades y extinción, en su artículo 75 enumera los actos jurídicos que reputa de comercio; en los artículos 273 a 308 y del 332 al 604 regula algunos contratos mercantiles (comisión, depósito, consignación, compraventa, préstamo, transporte, cesión de créditos); y en un capítulo denominado "De los Contratos Mercantiles" (artículos 77 al 88), establece un conjunto de normas generales para todos los contratos mercantiles, pero especiales frente a las normas del Código Civil Federal.

1.3.1 CRITERIOS PARA DETERMINAR LA MERCANTILIDAD DE LOS CONTRATOS.

El autor Omar Olvera de Luna, considera que la importancia en la expresión "contratos mercantiles" no se encuentra en el calificativo "mercantiles" sino en el concepto de contrato y que en su esencia no difieren de los contratos civiles, distinguiéndose unos de otros atendiendo a múltiples criterios: *"son mercantiles los contratos regulados por los Códigos de Comercio y no por los Códigos Civiles; que son mercantiles los contratos en los que una o más partes tienen legalmente el carácter de comerciantes; que son mercantiles los contratos que dan lugar a procedimientos judiciales supuestamente más ágiles que los contratos civiles; que son mercantiles los contratos en que su objeto acusa más claramente su finalidad económica"*.¹⁸

Siguiendo la reglamentación del Código de Comercio y las clasificaciones doctrinales de los actos de comercio, se señala que los contratos son mercantiles ya sea por los sujetos (comerciantes), por el objeto (cosas mercantiles), por la finalidad (especulación comercial), por su conexión a un negocio

¹⁷ Olvera de Luna. Ob. cit. p. 26.

¹⁸ Ibidem. pp. 1,2.

mercantil o por determinación legal; al respecto resulta aplicable la siguiente tesis:

ACTOS DE COMERCIO. La Ley reputa acto de comercio la simple mediación en negocios mercantiles y cualesquiera otros de naturaleza análoga a los indicados en la fracción XXIV del artículo 75 del Código de la materia” Pleno. Quinta Época. Semanario Judicial de la Federación. Tomo X, página 828. Cuevas Jacinto. 24 de abril de 1922. Seis Votos.

Los contratos son intrínsecamente mercantiles cuando su mercantilidad es inherente a la naturaleza misma y a la función económica característica de la operación. Son actos de interposición en el cambio de mercancías, títulos, crédito, empresa, riesgos, de banca, seguros, fianzas y en general de sistema financiero, pero no existe una definición que aglutine a todos los contratos mercantiles; por ello y dada la libertad contractual, existen diversos contratos que pueden encuadrarse como mercantiles puesto que deben su mercantilidad a cualquiera de los criterios ya enunciados. Los tribunales han advertido la dificultad o no de ciertos actos de comercio, por lo que es el juez quien tiene la última palabra, aunque corresponde a las partes demostrar que ese acto, en caso de duda, es mercantil, tal como lo refirió la Suprema Corte de Justicia de la Nación en una tesis de la Quinta Época:

COMPRAVENTA MERCANTIL. Para que exista la compraventa mercantil de bienes raíces, se requiere que dicho contrato se celebre con el propósito de especulación comercial, y si del contrato no se deduce, de una manera clara y precisa, semejante intención, es necesario aducir a otras pruebas para demostrar el carácter de mercantil del contrato, pues cuando se trata de actos mercantiles aislados, es evidente que su naturaleza se puede justificar por todos los medios permitidos por el derecho común mercantil, y que esa prueba corresponde al que afirma que un acto tiene tal carácter; porque siendo la Ley Mercantil una ley especial, al que pretenda sustraer un acto al imperio de la ley común, para sujetarlo a la Ley Mercantil, toca demostrar que esa ley es aplicable; y, en todo caso, debe atenderse a lo prescrito por el Código de Comercio, que manda que si de las partes contratantes, una fuere comerciante y la otra no, el juicio que se promueva por razón del contrato, no puede tener el carácter de mercantil, si se endereza contra el comerciante. Pleno Quinta Época. Semanario Judicial de la Federación. Tomo XXII, página 684, Siller Gabriel, 24 de marzo de 1928. 10 votos.

1.4 DEFINICION DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

Los autores Erick Carballo Yáñez y Enrique Lara Treviño, definen al contrato de autofinanciamiento de la siguiente manera: *“El autofinanciamiento es un sistema de comercialización, consistente en la integración de grupos de consumidores que aportan en forma periódica sumas de dinero, para ser administradas por un tercero destinadas a la adquisición de bienes, en la inteligencia de que la persona física o moral que capte los recursos del público consumidor no puede realizar actividades privativas del sistema financiero mexicano, caso en que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores podrá inspeccionar y revisar la contabilidad y demás documentación de las negociaciones, pudiendo determinar, en su caso, suspensión de actividades y clausura de los establecimientos de que se trate y hasta pedir la intervención de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con el objeto de que inicie las denuncias penales que corresponden por existir tipo penal específico”*.¹⁹

En esta definición los referidos autores son un tanto imprecisos toda vez que se refieren a un “tipo penal específico” respecto del incumplimiento que hagan las empresas de autofinanciamiento, sin embargo, no especifican en qué ordenamiento se encuentra prevista tal conducta típica, así como tampoco aclaran en qué casos se materializa el tipo penal a que se refieren. Quizá se refieran a los casos en que las empresas de autofinanciamiento pretendan realizar actividades reservadas a las entidades pertenecientes al sistema financiero mexicano, o bien, al fraude o al lavado de dinero.

¹⁹ Carvallo Yáñez, Erick y Enrique Lara Treviño. Formulario Teórico – Práctico de Contratos Mercantiles, 2ª edición, Editorial Porrúa, México, 2001, pp. 96 y 97.

"Es un sistema donde se integran grupos de personas que aportan periódicamente sumas de dinero a un fondo común que es administrado y resguardado por un fideicomiso, para que estas mismas personas puedan obtener los bienes inmuebles, muebles y servicios de su elección".²⁰

"Es un plan que consiste en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero, mismas que son administradas por la empresa de autofinanciamiento (AFISA) destinadas a la adquisición de bienes inmuebles o la prestación de servicios de construcción, remodelación o ampliación de los mismos y que son asignados por medio de procedimientos de adjudicación".²¹

"Es una técnica de comercialización que consiste en la integración de grupos de personas interesadas en adquirir un bien o servicios descritos en un contrato por medio de aportaciones que forman un fondo común, permitiendo la adquisición de los mismos, los cuales se integran de acuerdo a los procedimientos de adjudicación que son: sorteos, subastas y orden secuencial".²²

"El autofinanciamiento es un sistema de comercialización consistente en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero a un fondo, en una cuenta bancaria abierta a favor de un fideicomiso o del administrador del sistema, conforme a los plazos y montos contratados con otra persona para disponer de dichos recursos conforme los sorteos, antigüedad, puntuación, subasta, adjudicación mínima, plazos y aportaciones realizadas para la adquisición de bienes muebles o inmuebles, así como para construir o mejorar inmuebles".²³

Para el autor José Ovalle Favela, este sistema de comercialización *"consiste en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero, con los que se forma un fondo común de dinero, el cual es administrado por una sociedad mercantil, con la finalidad de que los consumidores puedan adquirir bienes muebles e inmuebles u obtener la prestación de servicios, mediante procedimientos de sorteo, subasta y de adjudicación directa".²⁴*

La autora Soyla León Tovar señala que el autofinanciamiento pertenece a un tipo de los diversos sistemas de comercialización existentes actualmente (entre ellos los de franquicia y tiempo compartido) con la peculiaridad de que el sistema de autofinanciamiento surge como un medio por el cual el mismo consumidor o grupo a que pertenece financia sus propias adquisiciones de bienes o servicios.

El autor Rolf Serick hace referencia a una figura similar que se maneja en Alemania: *"En el Derecho de los negocios a plazos es necesario citar el siguiente ejemplo: alguien adquiere por compraventa una cosa mueble de una persona jurídica. La recibe y paga el precio de compra en el acto. El dinero procede de otra persona jurídica de la cual el comprador la ha recibido a título de préstamo. La suma recibida debe devolverse en cantidades fraccionadas. Desde el punto de vista económico, el vendedor y el prestamista son idénticos. El precio de compra debe quedar enteramente pagado en el acto y en este sentido dejaría de tener sentido la ley de venta a plazos. Pero lo cierto es que el préstamo se devuelve de manera fraccionada y contra esta clase de préstamo no brinda protección alguna la citada ley".²⁵*

Las definiciones de referencia afirman que el autofinanciamiento se regula u opera mediante la celebración de un contrato atípico que podemos denominar "de servicios de administración".

²⁰ <http://www.firmeplus.com.mx>

²¹ <http://www.afisa.com.mx>

²² Sicrea. El Vendedor SICREA, México, SICREA, 1990, p. 3.

²³ León Tovar, Soyla H. Contratos Mercantiles, 1ª edición, México, Oxford, 2003, p. 663.

²⁴ Cfr. Ovalle Favela, José. Comentarios a la Ley Federal de Protección al Consumidor, 2ª edición, México, Mc Graw Hill, 1995, p. 124.

²⁵ Serick, Rolf. El abuso del Derecho por medio de la persona jurídica, 1ª edición, Barcelona, Editorial Ariel, 1958, p. 48.

A este respecto cabe precisar que el autor Arturo Díaz Bravo considera que el contrato de autofinanciamiento se trata de un auténtico contrato de crédito, en razón de que *"...en un primer momento – en realidad varios – el cliente acreditante aporta fondos a la empresa acreditada para que ésta última le entregue, de modo diferido y con intervención del azar, el bien convenido, la suma prevista o el servicio estipulado"*.²⁶

Y señala el autor en cita, que lo que hace posible que una empresa de autofinanciamiento opere, *"es el hecho de que la empresa tiene como base a un crecido número de adquirentes, quienes, mediante sus pagos periódicos, permiten que la empresa receptora esté en aptitud de captar los recursos necesarios a fin de adquirir a precio de contrato las unidades o servicios para su adjudicación a los suscriptores mediante los correspondientes sorteos"*.²⁷

Con todo lo anterior, el autor arriba citado, no define al contrato de autofinanciamiento, pero sí apunta que se trata de un contrato sólo practicable masivamente y respecto del cual no se requiere formalidad alguna, en razón de que el artículo 98 del Código de Comercio señala que las convenciones mercantiles no requieren de la observancia de formalidades o requisitos, toda vez que para el proveedor, es un acto de comercio al que le es aplicable el Código de Comercio. En razón de lo anterior, el autor en comentario llega a la conclusión de que *"...el otorgamiento escrito de este contrato es sólo un requisito ad probationem"*.²⁸

Sin embargo, ninguno de los conceptos anteriormente vertidos nos pone en claro cuál es la auténtica función de la empresa de autofinanciamiento, es decir, que la empresa solamente se constituye como una administradora de fondos para que los consumidores costeen de alguna forma un gasto inminente en la adquisición de algún bien mueble o inmueble o en la prestación de un servicio; las definiciones del sistema de autofinanciamiento sólo nos dejan entrever a la empresa de autofinanciamiento como una concentradora de capitales, cuya función se traduce en guardar y administrar capital de un grupo de personas que se interesan en adquirir un mismo tipo de bien o prestación de una determinada clase de servicio, es decir, que los consumidores adquieren un bien o servicio que es pagado por la empresa de autofinanciamiento a un tercero, pero que cobrará por ese bien o servicio a los consumidores en parcialidades. En el concepto de Lara y Treviño se refleja a la empresa de autofinanciamiento como una concentradora de capitales que nunca maneja de forma directa el dinero, y para ello constituye un fideicomiso, desempeñado por un institución de crédito.

Después de analizar los diversos conceptos de contrato de autofinanciamiento, vertidos por diferentes autores, el concepto de contrato de autofinanciamiento al que he llegado es: el contrato de autofinanciamiento es el acuerdo de voluntades, por virtud del cual una persona jurídico colectiva, constituida como sociedad de acuerdo con lo previsto en la Ley General de Sociedades Mercantiles, denominada "empresa de autofinanciamiento" o "autofinanciadora", provee de bienes (muebles o inmuebles) o servicios, recibidos de un suministrador; a una persona denominada "cliente", "consumidor" o "autofinanciado" (agrupado con otros consumidores); a cambio del pago de una cantidad de dinero llamada "cuota periódica total", cuya captación y administración corre a cargo de un tercero llamado "fiduciario" quien capta y administra el dinero aportado por los grupos de consumidores para beneficio de éste, en los términos y condiciones previstos en el contrato de adhesión celebrado entre la empresa de autofinanciamiento y el consumidor.

1.5 CLASIFICACION DEL CONTRATO.

Para la autora Soyla León Tovar, se trata de:

²⁶ Díaz Bravo, Arturo. Contratos Mercantiles, 7ª edición, México, Oxford, 2002, p. 117.

²⁷ Ibidem, p. 119

²⁸ Ibidem, p.119.

a) Un contrato formal. El contrato de autofinanciamiento es de carácter formal, debiendo constar por escrito.

b) El contrato de autofinanciamiento es un contrato de adhesión, porque las cláusulas y contenido del mismo están predispuestas previamente sin que el consumidor pueda discutir sus términos ni condiciones.

c) Debe registrarse. El contrato de autofinanciamiento debe estar previamente registrado ante la Procuraduría Federal de Consumidor.

d) Oneroso. Es un contrato de prestaciones recíprocas, el administrador recibe una cantidad de dinero por la administración de los recursos aportados por los clientes.

e) De tracto sucesivo. El autofinanciamiento es un contrato de duración; sólo es posible su ejecución mediante el transcurso del tiempo".²⁹

Es un contrato bilateral que forma parte de otro; en razón de que se trata de un empresa de autofinanciamiento y un grupo de consumidores, siendo parte integrante de otro contrato que es el de compraventa, en razón de que la empresa de autofinanciamiento adquiere el bien o contrata el servicio que solicita el consumidor y el cual será objeto de autofinanciamiento; es mercantil considerando a la calidad de uno de los sujetos, que en este caso es la empresa de autofinanciamiento quien es un sujeto mercantil, es decir, se trata de un comerciante, en el ejercicio de su actividad ordinaria o habitual; el objeto del contrato, tanto el objeto materia del contrato como el objeto finalidad (se trata de bienes que se encuentran dentro del comercio y la finalidad de la empresa es obtener un lucro); además de que se trata de un contrato que está regulado por ordenamientos de naturaleza mercantil, como son el Código de Comercio, el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la integración de Grupos de Consumidores, la Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI – 2000, las normas emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y las normas emitidas por el Banco de México (mediante diversas circulares que se aplican a los fideicomisos a través de los cuales se administran las cuotas aportadas por los consumidores).

Es un contrato oneroso en razón de que se paga una cuota de inscripción, además de las cuotas de gastos de administración, que es la cantidad periódica que cobra la empresa de autofinanciamiento a cada consumidor por los diversos actos y servicios que realiza para alcanzar los fines del contrato de adhesión.

Se le considera como un contrato de adhesión porque la Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI – 2000, que se encuentra vigente, así lo caracteriza, entendiéndose por éste "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".³⁰

Es preciso cuestionar el criterio del Tercer Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito, que sostiene que un contrato impreso en formatos no puede ser considerado de adhesión cuando contiene determinados datos específicos, tales como el bien, plazo del contrato, destino del bien, precio, etcétera; sobre los que las partes pudieron ponerse de acuerdo; en este punto, es acertado el comentario de José Ovalle Favela en el sentido de que *"el hecho de que estos datos estén puestos en máquina de escribir o aún a mano, no significa necesariamente que hayan sido previamente discutidos y acordados, cuando por el contrario, la práctica indica que normalmente*

²⁹ León Tovar, Ob. cit., pp. 665, 666.

³⁰ Norma Oficial Mexicana NOM –143 – SCFI – 2000, punto 3.4, publicada en la Primera Sección del Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, p. 4.

son impuestos unilateralmente por el proveedor.³¹

En el Derecho de algunos países latinoamericanos, se habla de la contratación en masa, dentro de la cual se encuadran los contratos atípicos como el de Ahorro Previo, el cual es homólogo al de Autofinanciamiento, objeto del presente estudio.

Dentro de esta teoría básicamente surgida de la teoría argentina de los contratos, se encuentran dos vertientes: la contratación individual y la contratación en masa. La contratación individual encuentra sus cimientos en dos pilares básicos: el primero se manifiesta en la afirmación de que el alma del contrato es el consentimiento de las partes; el segundo está dado por el dogma de la autonomía de la voluntad, desde que ese consentimiento debe ser prestado con libertad, ello porque: *"en el contrato tradicional o paritario, esa libertad se ejerce con amplitud, ya que ambos contratantes, en condiciones paritarias discuten y determinan el contenido de las diferentes cláusulas del contrato"*.³²

Ejemplos de este tipo de contratación individual lo son los contratos reales, en los cuales se ve hasta qué punto resulta conveniente reemplazar la entrega, como elemento formador del contrato, por el consentimiento. Pero por otra parte, sostienen que en otro sector del derecho contractual, el consentimiento se muestra relegado, minimizado, tal como ocurre en la llamada contratación por adhesión; aquí el consentimiento del no predisponente está relegado. Es por ello que, según la opinión doctrinal, el esquema del contrato en masa y la estandarización de la materia contractual rompen el paradigma del contrato que tenía en mente la doctrina tradicional.

La generalizada realización de actos jurídicos en masa, repetidos en serie, configuran contratos concluidos por adhesión de los consumidores a condiciones generales de contratación o a cláusulas predisuestas por la otra parte, individualizada como contratante "fuerte" o "predisponente".

La tendencia, insinuada por la doctrina y aceptada por la jurisprudencia, es proteger a la parte "débil", es decir, a aquella que sólo puede hacer uso de su libertad de conclusión (libertad de conclusión se traduce en la posibilidad de la persona para decidir si va a contratar o no y con quien va a hacerlo), ya que le está vedado configurar el contenido del contrato, salvo las cláusulas de mínima importancia.

La cada vez más acentuada corriente de pensamiento que acepta relativizar la fuerza obligatoria del contrato, fenómeno éste que reconoce las más variadas causas, tales como la necesidad de defender al contratante "débil", - la invocación- por el legislador de situaciones de emergencia que le permite dictar leyes "especiales" destinadas a modificar los contratos sin consultar a la voluntad de las partes, el auge de ciertas doctrinas, como la del abuso en el ejercicio de los derechos, la teoría de las bases del negocio o la de la frustración del fin del contrato.

La pretensión de los empresarios de reducir o eliminar su responsabilidad civil mediante la inclusión de cláusulas predisuestas que los consumidores se ven precisados a aceptar.

La necesidad de mantener o en su caso de restablecer, la equivalencia de la posición jurídica de los contratantes.

La naturaleza e importancia de la contratación en masa se comprenderá mejor si se le compara con el contrato tradicional.

Si por libertad de configuración se entiende la facultad que se atribuye a ambos contratantes para que, en condiciones paritarias, discutan y determinen el contenido de las diferentes cláusulas del

³¹ Ovalle Favela, José. Ob. cit., p. 124.

³² Wayar, Ernesto C. Contratos, Zavalia Editor, Buenos Aires, 1993, p. 263.

contrato que están celebrando, esa libertad se ejerce con amplitud en el contrato paritario, pero queda reducida a poco o nada en la contratación masiva respecto a la parte que se adhiere.

En la negociación masiva se está ante verdaderos contratos, no se puede dejar de reconocer que en ellos el adherido se encuentra en una situación de inferioridad respecto de la parte que elaboró el contenido normativo del contrato. Tal inferioridad queda al descubierto si se repara en que el predisponente es el autor de la ley contractual, que seguramente habrá redactado según su interés y conveniencia, en tanto que a la otra parte solo le cabe la posibilidad de aceptarla o en su caso, rechazarla, pero no puede modificarla. En el contrato paritario, en cambio, la ley quiere que las partes se sitúen en un plano de equidad o equivalencia y a tal grado defiende la regla que reprime sin vacilar las alteraciones al equilibrio contractual buscado.

La inferioridad del adherido determina otra importante consecuencia: no se usarán los mismos métodos ni las mismas reglas de interpretación para los contratos en masa, que las reglas de interpretación para un contrato tradicional. La necesidad de establecer reglas de interpretación propias para la contratación en masa, es una de las conquistas de la Nueva Teoría del Contrato.

*"La situación de inferioridad del adherido se agrava cuando se constata – si bien no siempre ocurre – que el predisponente presta un servicio u ofrece un producto en condiciones monopólicas, es decir, en condiciones tales que solo él, sin competidores, puede ofrecer aquéllos servicios o productos. En estos casos el consumidor se sitúa en un verdadero estado de necesidad que lo priva, ya no únicamente de la libertad de configuración sino, incluso, de la libertad de conclusión desde que, por necesidad no podrá darse el lujo de rechazar el contrato".*³³

El contrato paritario se caracteriza porque ambos contratantes se posicionan cara a cara a discutir y elaborar las cláusulas. En la contratación masiva, en cambio, se produce un fenómeno de despersonalización desde que el consumidor es prácticamente un ser anónimo identificado sólo por un número o una clave.

Ahora bien, la empresa productora no "puede" contratar "cara a cara" con cada uno de los consumidores (es decir que no negocia directamente con cada uno de los consumidores, para crear, con cada uno de ellos, un contrato en particular); debe, necesariamente, dictar cláusulas o condiciones generales, a las cuales cada uno de aquéllos tendrá que adherirse si desea el producto o el servicio. Las Condiciones Generales pueden ser descritas como el "conjunto de reglas, abstractas e impersonales, formuladas exclusivamente por un centro de interés que están destinadas a integrar el contenido normativo, uniforme e invariable, de un número indeterminado de contratos a celebrarse con quienes las acepten".³⁴

Una de las características más importantes de las condiciones generales está dada por su origen, ya que son elaboradas exclusivamente por una de las partes, es decir, ésta las formula sin que medie negociación alguna con los posibles consumidores. El que las formula, o predisponente, se convierte así en el único autor de la que será la ley contractual; ésta por ende, no es el producto de la voluntad común de los contratantes sino que es el fruto de la voluntad unilateral, circunstancia que pone en duda si se está ante un verdadero contrato.

Para nominar al predisponente usamos la expresión, centro de interés; con ella ponemos en relieve que, por su amplitud, pueden ser tales una persona física, un empresario individual organizado como empresa, una sociedad, un grupo societario, etc. El contenido normativo impuesto por las condiciones generales es uniforme y, en principio, invariable, porque estando destinadas a la concertación de contratos en masa, repetidos en serie, su contenido normativo debe guardar uniformidad e invariabilidad. Así como la producción de bienes está sistematizada y es uniforme, así

³³ Ibidem, p. 264.

³⁴ Ibidem. pp. 266, 267.

también es necesario que las reglas jurídicas para comercializar esa producción sean uniformes, pues si así no fuera y determinados consumidores tuvieran privilegios respecto de otros, se perjudicaría el tráfico en demérito del propio predisponente; aún cuando estas condiciones generales evolucionan en forma permanente adaptándose a las cambiantes circunstancias económicas. Las condiciones generales formuladas sólo por una de las partes no se convierten en derecho objetivo contractual, sino después de ser aceptadas por la otra parte.

Para que se conviertan en ley contractual el no predisponente debe declarar su aceptación, aquí radica la importancia de la teoría contractual que reivindica el valor de la voluntad del adherido.

Ventajas de las condiciones generales.

- Constituye una forma de organización que perfecciona la racionalización empresarial.
- Permite la descripción pormenorizada de los derechos y obligaciones de ambas partes.
- Disminuye los costos de comercialización, ya que ahorra tiempo y evita deliberaciones sobre el contenido normativo de la negociación.
- La regularización particularizada de los distintos servicios que se prestan por medio de contratos preelaborados, excede los límites del Código Civil.

Desventajas de las condiciones generales.

- Las reglas generales son formuladas exclusivamente por una sola parte que, por lo común, detenta en mayor o menor medida un determinado poder económico y cuenta con la asistencia técnica de expertos.
- El predisponente suele redactar las condiciones de contratación procurando proteger, en primer lugar sus propios intereses, en perjuicio del interés del adherido.
- Este desequilibrio se hace ostensible, a favor del predisponente mediante la inclusión de cláusulas que limitan o liberan de responsabilidad al predisponente volcando sobre el adherido, todo el peso de las obligaciones.

*"Quizá el mayor riesgo que encierra el uso de condiciones generales, está dado por la formación de monopolios que aniquilan la libertad de conclusión ya que los consumidores cuando se trata de productos o servicios esenciales, no tienen más remedio que aceptar las condiciones generales que se les impone".*³⁵

Es necesario distinguir las condiciones generales (cláusulas o estipulaciones) de las particulares. Las generales son aquéllas formuladas en abstracto, con los rasgos de uniformidad, invariabilidad y permanencia, destinadas a integrar el contenido normativo de un número indefinido de contratos. Constituyen un esquema constante de contratación preformulado e inmodificable para el consumidor pues tienden a disciplinar de manera uniforme determinadas relaciones contractuales.

Las particulares son siempre "cláusulas", porque suponen la negociación particular entre el predisponente y el consumidor, constan por lo común, en un documento y se incorporan al contenido normativo del contrato completándolo, ampliándolo o modificándolo. Son por una parte, cláusulas que requieren la intervención individual del consumidor para su formulación (vg. El color del auto que se vende).

Por otra parte, se puede sostener que son particulares aquellas cláusulas que varían de contrato a contrato³⁶ pues tienen que ver con las cualidades personales de los distintos consumidores o están relacionadas con las circunstancias particulares de cada negocio (vg. El lugar de entrega de la

³⁵ Ibidem, pp. 272, 273.

³⁶ Cfr. Varian de contrato a contrato, porque son objeto de negociaciones normales, consultándose el interés de cada consumidor en particular. Messineo, Francisco. Doctrina General del Contrato, tomo I, Editorial Egea, Buenos Aires, p. 443.

mercancía, lugar de pago del precio).

Por último, la especie más importante está dada por las cláusulas que el consumidor logra incorporar al contenido normativo predispuesto, modificándolo o derogándolo en beneficio suyo.

El contrato de autofinanciamiento es uno de los llamados de adhesión (o también denominado como contrato tipo), el cual es aquél por el cual una de las partes acepta sin discutir las condiciones o cláusulas que le impone la otra parte. Se atribuye al francés Raymond Saleilles el haber acuñado en 1901 la expresión "contrat d'adhésion" para designar a esta especie de contrato.³⁷

Este nombre "contrato de adhesión" toma en cuenta el procedimiento o mecanismo de contratación que consistía en la simple adhesión de los consumidores a las cláusulas preelaboradas por la otra parte. Sin embargo, pronto se propuso su reemplazo por la denominación "contrato por adhesión" con el argumento de que, lo que caracteriza a esta figura, no es el mecanismo de celebración sino las circunstancias en las cuales se celebra, circunstancias que determinan que el adherente no pueda discutir el contenido predispuesto.

El llamado contrato por adhesión, stricto sensu, puede ser descrito como: "*aquél cuyo contenido normativo, mediante remisión a condiciones generales o por la inclusión de determinadas cláusulas, está preformulado por una de las partes, llamada predisponente y es aceptada por la otra, llamada consumidor o adherente*".³⁸

Una de las características esenciales del contrato por adhesión es la preformulación de su contenido normativo por obra de la voluntad exclusiva del predisponente. Esta preformulación se concreta por dos vías:

- a) Mediante la remisión a condiciones generales de contratación que ya fueron redactadas y publicitadas por el propio predisponente, sin que tales reglas se incluyan en el instrumento que suscribe el adherente.
- b) Otra de las notas esenciales de esta especie, consiste en la adhesión o aceptación del no predisponente a las condiciones generales o a las cláusulas predispuestas, sin que le sea posible introducir modificaciones en ese contenido normativo.

Lo que le interesa al predisponente es la pérdida de la libertad de configuración; puede darse aún cuando las empresas oferentes sean varias y compitan entre ellas.³⁹

Los argentinos hablan también del contrato "necesario" por adhesión, en el cual el predisponente sea un monopolio u oligopolio, de suerte que el adherente se vea en la necesidad de contratar, ha llevado a una mayoría doctrinaria a diseñar el concepto de "contrato necesario por adhesión" en que el oferente ostenta un monopolio y el consumidor o adherente debe necesitar el servicio que se ofrece a tal punto de no poder prescindir del bien o servicio que se ofrece (luz, agua, teléfono).

Una corriente del pensamiento jurídico le niega carácter contractualista a la operación jurídica que se concreta por la adhesión que presta el consumidor a las condiciones o cláusulas preestablecidas para regir esta operación. Wayar condensa esta teoría en los siguientes puntos:

"1. El contrato es, por definición, un libre acuerdo de voluntades por el cual las partes regulan sus

³⁷ Cfr. Citado por Wayar, C. Raymond Saleilles, De la Déclaration de Volonté, pag. 229, paris, 1901, Ob. cit. p. 298.

³⁸ Sobre este mismo asunto se dijo que el nombre contrato "por" adhesión es preferible al de contrato "de" adhesión, porque la adhesión no es el objeto del contrato, sino la manera de celebrarlo. De la puente y Lavalle. El Contrato en General, tomo III, pag. 21, citado por Wayar, C. Ob. cit. p. 309.

³⁹ Para Vallespinos el contrato atraviesa por dos momentos, el de predeliberación y el de aceptación o adhesión. El Contrato por Adhesión, pp. 249 y 241. Citado por Wayar, C. Ob. cit. p. 286.

derechos patrimoniales, acuerdo al que debe llegarse en condiciones paritarias.

2. En la negociación por adhesión, el adherente se ve privado de la libertad de configuración, es decir, no puede participar ni discutir y menos modificar las cláusulas que regirán la operación jurídica.

3. Predisponente y adherido no se encuentran en igualdad de condiciones, pues mientras el primero ostenta una situación de poder, el segundo solo tiene la opción de aceptar o rechazar las condiciones que se le quiere imponer, en algunos casos, cuando hay monopolio, ni siquiera puede rechazarlas.

4. En consecuencia, no existiendo ni libertad ni igualdad no se puede decir que existe "un libre acuerdo" y por ende no hay contrato".⁴⁰

Es de tracto sucesivo en razón de que se siguen realizando aportaciones periódicas durante el plazo señalado para la adjudicación del beneficio contratado.

En cuanto a su naturaleza, se trata de un contrato estrictamente formal ya que, si bien es cierto que no existe una ley en particular que lo regule en su totalidad y establezca cuáles son todos sus elementos esenciales, también lo es que existen otras disposiciones que tienen fuerza legal, como son las Normas Oficiales Mexicanas que han venido rigiendo a esta operación, en complemento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como del Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores.

Entrando a un análisis más estricto del contrato en estudio, podemos decir que el autofinanciamiento, desde sus aspectos objetivo, material y sustantivo, es una operación de crédito, pues mediante su constitución se recibe y otorga crédito para la adquisición de bienes y/o servicios.

En este sentido, se trata de un auténtico acto de comercio, porque además lo realiza una sociedad mercantil en su carácter de comerciante, así lo determina la Norma Oficial Mexicana y porque entraña una intermediación en la adquisición de bienes o servicios entre quien los presta y quien los recibe.

Es un verdadero acto de comercio, atendiendo al hecho de que quien presta este servicio debe ser una persona jurídico colectiva, constituida como sociedad y autorizada por la Secretaría de Economía, para realizar este tipo de actos, tal como se prevé en el artículo 5º del Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la integración de grupos de consumidores y conforme a nuestro régimen jurídico, todas estas sociedades son consideradas formalmente como comerciantes, en términos de lo previsto por los artículos 1º, 2º y 3º del Código de Comercio; así como del 1º al 6º de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

La ley no establece categóricamente que el contrato de autofinanciamiento sea un acto de comercio, entendiendo por éste "el que realizan los comerciantes" o aquéllos a los que la Ley expresamente les da ese carácter, como en el caso de los títulos de crédito; sin embargo, las actividades realizadas por las empresas de autofinanciamiento, en debido cumplimiento al contrato, encuadran en las fracciones I y II del artículo 75 del Código de Comercio.

Los integrantes de la empresa de autofinanciamiento son, en estricto derecho, comerciantes, si se atiende a la definición legal que resulta de la lectura del artículo 3º, fracción I del Código de Comercio: "Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria". En cuanto a la empresa de autofinanciamiento, al estar constituida como

⁴⁰ Wayar, Ob. cit., p. 310.

sociedad mercantil, se considera como comerciante atendiendo al hecho de que está regulada por una Ley mercantil como lo es, en el caso particular, la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Esto lógicamente, es consecuencia de una evolución histórica en las actividades consideradas comerciales, ya que los que la ejercían tenían la calidad de comerciantes; actualmente en la legislación vigente, se han agregado otra serie de actividades que se consideran comerciales y que se suman a las que la ley les da ese carácter comercial sin atender a la profesión de sus autores. Es decir, que la calidad de mercantil se da por la actividad legalmente considerada como tal y dicha calidad se extiende al sujeto que la realiza volviéndolo un sujeto de derecho mercantil, es decir, un comerciante.

En los actos mercantiles, fundamentales enumerados en el artículo 75 del Código de Comercio, su carácter mercantil deriva de la naturaleza intrínseca del acto y en algunos otros enunciados, su mercantilidad deriva de una relación accesoria que los enlaza con una actividad mercantil.

El análisis a la ley positiva señala como comercio a una serie de actividades con base en dos criterios: INTRÍNSECO, inherente a la naturaleza misma y a la función económica característica de la operación; EXTRÍNSECO, inducido de una relación que conecta a una operación que por sí misma, carece de función económica característica y se une a otra actividad intrínsecamente comercial.

“El concepto de acto intrínsecamente mercantil, constituye un acto mercantil si todo aquél en que se ejecuta un cambio indirecto o de interposición en el cambio. Por lo tanto es acto de comercio toda actividad con la que se realiza una interposición en el cambio, sea cualesquiera el fin que motiva la interposición. Por lo que hay actos de comercio, aún cuando esta interposición no persiga ningún lucro, sino un interés de beneficio público”.⁴¹

En conclusión, desde el punto de vista formal, el autofinanciamiento es un acto de comercio, en razón de que lo realiza un comerciante, encuadra dentro de los actos que de acuerdo con el artículo 75 del Código de Comercio son considerados como actos de comercio, y, además de lo anterior, el objeto fundamental del autofinanciamiento lo es la adquisición de bienes y/o servicios por medio de las aportaciones correspondientes, creando un fondo común, el cual es administrado por un tercero, sujeto de derecho, constituido como sociedad anónima y autorizado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para realizar actividades de integración de grupos de consumidores, para el efecto de que la misma realice con ellos un fin lícito; lo que también lleva implícito el otorgamiento de créditos individuales a cargo de los participantes en los grupos.

Como operación de crédito, ésta adquiere un carácter contractual que en la actualidad se ha confirmado. El autofinanciamiento se constituye como un contrato por las siguientes razones: el autofinanciamiento puede encuadrarse como un acto jurídico, ya que se forma con la voluntad de dos o más personas para crear, transmitir, reconocer, declarar, modificar o extinguir derechos u obligaciones; tal como se desprende de la lectura de los artículos 1792 y 1793 del Código Civil, recibiendo el nombre de contratos los convenios que producen o transfieren obligaciones o derechos.

Para calificar el autofinanciamiento mexicano como un contrato, es necesario ponderar que se trata de una relación jurídica entre dos o más personas, puesto que debe existir un consumidor (o un grupo de ellos) y una empresa que se encargue de reunir y administrar las cantidades de dinero aportadas por los grupos de consumidores; en esta relación se establecen derechos y obligaciones entre dos partes y, por lo tanto, no puede concebirse como una manifestación unilateral de la voluntad; aunque, como ya se estudiará más adelante, en materia de derecho comparado, entre

⁴¹ Acosta Romero, Miguel y Pablo Roberto Almazán. Tratado Teórico Práctico de Fideicomiso, 4ª edición, Editorial Porrúa, México, 2002, p. 160.

los argentinos se considera que “sí se trata de una auténtica manifestación unilateral de la voluntad, en razón de que es la empresa de autofinanciamiento la que establece las condiciones bajo las cuales se regirá la operación, sin dejar posibilidad a los consumidores de establecer otras cláusulas distintas, modificar las ya existentes o imponer cualquier otro tipo de modalidad al contrato violentando, así su capacidad de resolución en el contrato”.⁴²

La norma NOM-EM-006-SCFI-1999, define al contrato de adhesión como “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”.⁴³

La Ley Federal de Protección al Consumidor aclara: “se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Todo contrato de adhesión celebrado en territorio nacional, para su validez, deberá estar escrito en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista”, tal como se prevé en la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 85.

Si se reconoce que el autofinanciamiento implica una relación jurídica entre dos o más personas, que crea, establece, transmite y declara derechos y obligaciones entre las partes, puede válidamente concluirse que se reúnen todas las características atribuidas por el Código Civil Federal al convenio que, en estricto sentido y en este caso, se le denomina contrato.

Aunque, afinando un poco la opinión anterior, es de estimarse que en un contrato de adhesión como lo es el materia del presente estudio, no se da del todo lo que la doctrina denomina “plasticidad de las obligaciones contractuales”, toda vez que no son ambas partes quienes crean y modelan su ley, es decir, que no dan al lazo obligatorio que las va a unir, el carácter que ellas quieren, pues en todo caso es la empresa de autofinanciamiento la que determina la duración, el objeto, las modalidades de dicho contrato; en todo caso, la combinación de obligaciones con varios consumidores regulan el modo de ejecución y las consecuencias del incumplimiento.

Es por ello que el autofinanciamiento es un auténtico contrato “tipo”, el cual debe estar previamente sancionado, aprobado y registrado por la autoridad administrativa competente, que en este caso lo es la Procuraduría Federal del Consumidor.

1.6 ELEMENTOS.

Habiendo asentado en el punto anterior la naturaleza contractual del autofinanciamiento, para poder describir sus elementos y efectos obligacionales mercantiles, se debe atender a los sujetos, objeto (materia del contrato) y al propósito o fin del contrato (objeto finalidad).

De las definiciones ya vertidas, se desprenden los elementos del contrato de autofinanciamiento, tanto formales como personales.

Elementos formales

Los contratos de autofinanciamiento son contratos de adhesión o contratos “tipo”, motivo por el cual deberán celebrarse por escrito, en moneda nacional y estar sancionados y registrados por la Procuraduría Federal de la Defensa del Consumidor y cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM – 037 – SCFI – 1994, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de julio de 1994, así como

⁴² Rinessi, Antonio J. Contratos, Tomo I, Parte General, Mave Editor, Buenos Aires, 1999, p. 260.

⁴³ Norma Oficial Mexicana NOM – EM – 006 – SCFI – 1999, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 18 de noviembre de 1999, punto 3.5, capítulo de definiciones, p. 3.

cumplir con la Norma Oficial Mexicana de Emergencia NOM – EM – 006 – SCFI – 1999, denominada Prácticas Comerciales – Sistemas de Comercialización consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores – Requisitos de Información para los Contratos de Adhesión, publicada el 18 de noviembre de 1999 en el Diario Oficial de la Federación, y finalmente con la NOM – 143 – SCFI – 2000, denominada Prácticas Comerciales – Elementos Normativos para los Sistemas consistentes en la integración de Grupos de Consumidores para la Adquisición de bienes y servicios (sistema de autofinanciamiento), publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de septiembre de 2000, las que conjuntamente con lo dispuesto por el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, obliga a las empresas prestadoras de este tipo de servicios, a obtener autorización y registro de la Secretaría de Economía (antes Secretaría de Comercio y Fomento Industrial). Los contratos deberán, además, cumplir con los requisitos exigidos por el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la integración de Grupos de Consumidores.

Los autores Erick Carvallo Yáñez y Enrique Lara Treviño afirman: *" el autofinanciamiento se regula u opera mediante la celebración de un contrato atípico que podemos denominar 'de servicios de administración' que de conformidad a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor y de la Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994 (...) es un contrato de adhesión, ya que requiere registro ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y se encuentra delimitado por la Norma Oficial antes citada, y su finalidad es precisamente que la empresa que ofrece el autofinanciamiento, capte recursos mediante la aportación periódica de sumas de dinero (...) que pretendan la adquisición de bienes, dándoles opciones diferentes de adquisición..."*.⁴⁴

De lo apuntado se desprende que los elementos formales del contrato de autofinanciamiento, se desprenden del marco jurídico regulatorio del contrato, es decir, que debe constar por escrito, estar registrado y sancionado por la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, apejándose a lo dispuesto por las Normas Oficiales Mexicanas expedidas por la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial conjuntamente con lo dispuesto en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que obliga a las empresas prestadoras de este tipo de servicios, a obtener información y registro de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; dichos contratos se rigen especialmente por el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores; y agregaríamos a este marco jurídico las circulares emitidas por el Banco de México y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores 2019/95, respecto de las cuales se hará estudio en el capítulo 3 del presente trabajo.

Objeto

El objeto del contrato reviste dos vertientes: el objeto material (que se traduce en los bienes materia del contrato) y el objeto finalidad (traducida en el fin o propósito).

El objeto finalidad, es decir, el propósito de tráfico y especulación comercial en el contrato de autofinanciamiento, es la de servir como instrumento de financiamiento para los consumidores en la adquisición de bienes muebles o inmuebles o la prestación de servicios no inmobiliarios, constituyéndose como una alternativa para la adquisición de bienes y/o servicios; y para el proveedor de bienes y/o servicios es la de tener un nuevo canal de ventas y desplazamiento de inventarios; con el cual enfrentar condiciones, tales como la pérdida del valor adquisitivo y la devaluación de la moneda, cuyo efecto es aumentar considerablemente los precios de los bienes y/o servicios que de otra forma pudieran quedar fuera del alcance de estratos socio-económicos que anteriormente tenían, a cambio de un "enganche" y un mínimo determinado de mensualidades.

El objeto material del contrato, lo es algunos bienes muebles como sistemas de cómputo, motocicletas o automóviles, así como bienes inmuebles y cierto tipo de servicios, como membresías de clubes, pago de servicios médicos, etc.

⁴⁴ Carvallo Yáñez, Erick y Enrique Lara Treviño. Ob. cit., p. 97.

Puede afirmarse entonces que el objeto del autofinanciamiento es el de ser un instrumento de unión de recursos de grupos de consumidores para establecerse como un sistema para obtener futuros bienes o servicios que se pagan en abonos; es decir autofinanciándose en grupo, para cada uno de sus miembros en la forma convenida por éstos con la empresa concentradora de sus aportaciones, recursos que un empresa capta y administra cobrando por ello las cuotas de inscripción, de administración más sus accesorios.

1.6.1 ELEMENTOS PERSONALES.

Los sujetos que participan en el contrato de autofinanciamiento son: la empresa de autofinanciamiento y el consumidor o cliente, que se integra a un grupo de similares en su especie.

Si compartimos el criterio sostenido por los autores Carvallo y Treviño, ellos, al considerar que se trata de un "contrato de servicios de administración", refieren: "los elementos que participan en dicho contrato son el prestador o proveedor y el consumidor o cliente. El prestador o proveedor será una sociedad mercantil legalmente constituida conforme a las leyes del país; la que previo cumplimiento de los requisitos que le solicite la antes denominada Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía) podrá realizar la actividad del *"autofinanciamiento"*, es decir, la captación y administración de sumas de dinero aportadas por los consumidores o clientes, con el único propósito de adquirir bienes y/o servicios para adjudicarlos a través de un sistema previamente establecido a todos y cada uno de esos consumidores. Por otro lado, estará el cliente o consumidor, quien es la persona física o colectiva que aporta sumas de dinero en forma periódica y continua, en los términos establecidos contractualmente, con el fin de adquirir bienes o servicios".⁴⁵

En la opinión de la autora Soyla León Tovar, en el contrato de autofinanciamiento existen dos elementos personales: *"el administrador o proveedor del sistema de autofinanciamiento; y, el grupo o grupos de consumidores"*.⁴⁶

El Administrador o Proveedor del sistema de autofinanciamiento es la persona que habiendo creado un sistema particular de autofinanciamiento lo pone a disposición de los consumidores y se obliga con éstos para administrar y poner a su disposición los recursos aportados por ellos en los plazos y en las condiciones previstas en el contrato respectivo.

La Norma Oficial Mexicana NOM-EM-006-SCFI-1999, dispone que se consideran como proveedores a las empresas de autofinanciamiento y hace la remisión a la Ley Federal de Protección al Consumidor para definir al proveedor:

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

II. Proveedor, la persona física o moral que periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso y disfrute de bienes, productos y servicios".

De tal forma que el primer elemento personal que participa en el contrato de autofinanciamiento lo es el PROVEEDOR, definiéndose por la NOM-143-SCFI-2000 como:

"La persona moral que administra y comercializa el sistema de autofinanciamiento".

En este sentido, resulta claro que para ser "proveedor" y participar en el contrato de autofinanciamiento, se requiere una calidad jurídica determinada.

⁴⁵ Ibidem, p. 98.

⁴⁶ León Tovar, Soyla H. Ob. cit. p. 668.

El elemento personal denominado "PROVEEDOR" en el contrato de autofinanciamiento, requiere ser una persona moral o mejor denominada como jurídico colectiva, con autorización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía) y de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para operar como empresas de autofinanciamiento constituidas de acuerdo con la Ley de Sociedades Mercantiles, y en su generalidad, como sociedades anónimas de capital variable, haciendo el apuntamiento de que las personas "jurídico colectivas son las asociaciones o instituciones formadas para la consecución de un fin y reconocidas por la ordenación jurídica como sujetos de Derecho".⁴⁷ Es decir, que se trata de asociaciones, sociedades u otras personas no físicas señaladas impropiaemente por el artículo 25 del Código Civil como "morales".

Asimismo, se entiende a la persona jurídico colectiva como: "un ente capaz de ser sujeto de derechos y obligaciones, constituido por diversas personas físicas que, en forma permanente, unen una parte de su voluntad, para realizar un fin lícito, dicho ente es reconocido por el Derecho".⁴⁸

Y, de acuerdo con el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores (reglamento del artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor), es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (actualmente la Secretaría de Economía) la que recibirá las notificaciones del inicio de los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores (autofinanciamiento).

En dicho reglamento se establece que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (actualmente la Secretaría de Economía), recibirá las referidas notificaciones, las cuales deberán elaborarse por escrito, señalar que la persona moral que notifica es una sociedad mercantil; presentar copia certificada o documental expedida por fedatario público del acta constitutiva de la persona moral y, 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 Federal de Protección al Consumidor; poder que acredite la personalidad del representante legal y 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 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. 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; tratándose de bienes inmuebles, incluir copia certificada de las garantías que, en su caso, se constituyan y copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación del sistema de comercialización.⁴⁹

El otro elemento personal que participa en este contrato es el **CLIENTE O CONSUMIDOR** "quien es la persona física o colectiva que aporta sumas de dinero en forma periódica y continua, en los términos establecidos contractualmente con el fin de adquirir bienes o servicios".⁵⁰

El artículo 2º fracción I de la Ley Federal de Protección al Consumidor, define a este elemento como "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 proceso de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros".

⁴⁷ Farina, Juan M. Contratos Comerciales Modernos: Modalidades de Contratación Empresarial, 9ª edición, Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo de Palma, Buenos Aires, 1993, p. 94.

⁴⁸ Arce Gargollo, Javier. Contratos Mercantiles Atípicos, 10ª edición, Ed. Porrúa. México, 2005, pp. 17 – 23.

⁴⁹ Información obtenida en entrevista con funcionario de la Secretaría de Economía.

⁵⁰ Carvallo Yáñez y otro. Ob. cit. p. 98.

La NOM-143-SCFI-2000, define al consumidor como: "a la persona física o moral que, como destinatario final, contrata un sistema de autofinanciamiento para la adquisición de bienes y/o servicios".

De esta forma, tenemos que el consumidor, como segundo elemento personal del contrato en estudio, puede ser una persona física o jurídico colectiva, sin que la ley le exija una calidad determinada, sólo que sea capaz jurídicamente; ello deriva de la lectura del artículo 5° del Código de Comercio, mismo que establece:

"ARTÍCULO 5.- Toda persona que según las leyes comunes es hábil para contratar y obligarse, y a quien las mismas leyes no prohíben expresamente la profesión del comercio, tienen capacidad legal para hacerlo".

En este punto, cabe hacer algunas precisiones: para el ámbito del Derecho existen dos clases de personas, la persona física y la persona jurídico colectiva o denominada persona "moral". Para Kelsen, la persona "es un centro de imputación de derechos, obligaciones y actos jurídicos";⁵¹ la persona individual o física es el ser humano, el ente biológico, sujeto de derechos y obligaciones, a quien el jurista Eduardo García Maynez define como: "a los hombres en cuanto sujetos de derecho. De acuerdo con la concepción tradicional, el ser humano, por el simple hecho de serlo, posee personalidad jurídica propia".⁵²

Una vez que se ha resaltado la importancia del concepto de persona, no sólo en el Derecho Privado sino en todo el ordenamiento jurídico, la norma le otorga y le da especial categoría a la persona por medio del reconocimiento de la capacidad que tiene el sujeto en las relaciones jurídicas.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 22 de Código Civil Federal, "la capacidad jurídica de las personas físicas se adquiere por el nacimiento y se pierde por la muerte; pero desde el momento en que un individuo es concebido, entra bajo la protección de la Ley y se le tiene por nacido para los efectos declarados en el presente código".

*"La capacidad alude a la aptitud para ser titular de derechos y obligaciones para hacerlos valer por sí mismos (capacidad de goce y de ejercicio). La capacidad de goce (o de disfrute) es la aptitud para ser titular de derechos y obligaciones; la capacidad de ejercicio es la aptitud para hacer valer aquéllos y cumplir éstos por sí mismos".*⁵³

Esta breve explicación acerca de la capacidad, nos trae de regreso al precitado artículo 5° del Código de Comercio, toda vez que, de acuerdo con este dispositivo, en materia mercantil es un presupuesto lógico encontrarse en capacidad de goce, a efecto de estar en posibilidad de participar en la vida jurídica; la capacidad de goce que corresponde a toda persona, puede existir sin que quien la tiene, posea la capacidad de ejercicio. Consecuentemente, es requisito "sine qua non" en materia contractual mercantil, el hecho de que las personas que quieran participar en una relación jurídica contractual, se encuentren en plena capacidad de ejercicio y ante la ausencia de ella se habla entonces de una persona "incapaz" o que se encuentra en alguna forma de incapacidad.

Sin embargo, la incapacidad en materia mercantil está claramente establecida, contrario sensu, por el artículo 5° del Código de Comercio, mismo que señala: "ARTÍCULO 5°.- (...) toda persona que según las leyes comunes es hábil para contratar y obligarse (...)" asimismo el artículo 12 del mismo ordenamiento señala los presupuestos que se constituyen como una prohibición expresa para ejercer la profesión del comercio, mismo que a la letra provee:

⁵¹ Kelsen, Hans. Teoría Pura del Derecho. Editorial Oxford, México, 15ª edición, 2000, p. 98.

⁵² García Máynez, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho, Editorial Porrúa, México, 2004, p. 300.

⁵³ Galindo Garfias, Ignacio. Derecho Civil, 20ª edición, Editorial Porrúa, México, 2000, p. 406.

"ARTÍCULO 12.- No pueden ejercer el comercio:

Los corredores;

Los quebrados que no hayan sido rehabilitados;

Los que por sentencia ejecutoriada hayan sido condenados por delitos contra la propiedad, incluyendo en éstos la falsedad, el peculado, el cohecho y la concusión".

En conclusión, del estudio de este segundo elemento personal del contrato de autofinanciamiento, señalo que no se requiere una calidad especial para poder ser cliente o consumidor más que gozar de capacidad; sin embargo, la misma ley restringe a los consumidores o clientes como tales, tratándose de personas físicas o jurídico colectivas que adquieran, realicen o disfruten bienes o servicios con el fin de integrarlos en el proceso de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros, en tal condición, no son considerados como consumidores; ello, en atención a que el público en general esté en condiciones de adquirir bienes o servicios de una manera accesible, en un periodo más o menos corto y, sobre todo, realizando el pago de dichos bienes o servicios de una manera fragmentada, es decir, en pagos parciales.

En este tenor, el consumidor, a partir de la contratación, puede asumir las siguientes "calidades":

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.

Integrante: a la calidad de consumidor a partir de que el proveedor lo incorpora a un grupo de consumidores, hasta que resulta adjudicatario.

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.

La Norma Oficial Mexicana NOM – 037 – SCFI – 1994, sólo hacía referencia a las calidades de consumidor y adjudicatario y consideraba a éste último como el consumidor 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 de autofinanciamiento.

El consumidor adquiere la calidad de acreditado en el momento en que la empresa ya ha hecho el estudio de viabilidad o factibilidad y por ello considera que el consumidor se encuentra en un estado de solvencia que lo hace idóneo para inscribirlo en el sistema de autofinanciamiento.

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".⁵⁴

También se le ha llegado a denominar "prospecto", antes de firmar el contrato y durante el periodo en que se le realiza un estudio de viabilidad o factibilidad como sujeto de crédito.

De acuerdo con la autora Soyla León Tovar, se distinguen derechos y obligaciones de las partes, derivadas de la Norma Oficial Mexicana, las cuales son:

Presupuestos del administrador o proveedor del sistema

Precontractuales:

- a) El proveedor debe contar con un estudio actuarial, elaborado por un profesional en la materia ajeno al proveedor, en el que se dictamine la viabilidad financiera del sistema de

⁵⁴ Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, Capítulo de Definiciones, p. 4.

autofinanciamiento que comercializa o pretende comercializar, el cual debe contener la descripción del sistema de autofinanciamiento y del contrato de adhesión correspondiente e incluir un resumen del mismo, en términos sencillos y comprensibles, con datos relevantes para los consumidores.

- b) El proveedor del sistema debe solicitar y obtener la inscripción ante la Procuraduría Federal del Consumidor del modelo de contrato que pretenda celebrar con los consumidores.
- c) Antes de contratar, el proveedor debe proporcionar al consumidor, al menos, la siguiente información: tipo, y en su caso, precio vigente del bien o servicio, cuya adquisición se ofrece; número de integrantes del grupo; vigencia del contrato, señalando el procedimiento y el plazo para la liquidación del grupo; cuota de inscripción si la hubiera y cuota periódica total, especificando los conceptos y montos de sus componentes; y los términos en que dichos montos se utilizan, y 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 administrador del bien o servicio.
- d) Facilitar al consumidor el manual y el contrato de adhesión correspondientes, solicitándole que los revise con detenimiento.
- e) Entregar al consumidor un documento en el que se describan las especificaciones más relevantes del sistema de autofinanciamiento que ofrece.
- f) 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.

Durante la formación del contrato:

- a) El contrato de adhesión que utilice el proveedor para comercializar el sistema de autofinanciamiento debe estar registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor y contener, entre otra, la siguiente información: nombre, denominación, razón social y domicilio del proveedor y del consumidor; objeto del contrato de adhesión; número de consumidores que integran el grupo y plazo de vigencia; número de grupo y de integrante; especificación y precio actual del bien o servicio, señalando en su caso, el factor de actualización que se aplique, y pagos que debe realizar el consumidor.
- b) El proveedor está obligado a contestar por escrito al consumidor, en un plazo máximo de diez 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.
- c) 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, entre otros, los siguientes: “Consejos y Recomendaciones sobre los sistemas de Autofinanciamiento”:
 - I. Los sistemas de autofinanciamiento son sistemas de comercialización que no permiten la entrega de dinero ni el otorgamiento de préstamos a los consumidores.
 - II. 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.
- d) Contratar un seguro. Para garantizar el pago de las aportaciones restantes, la empresa contrata en nombre del cliente un seguro de vida e incapacidad permanente.
- e) Administración de las cuotas. El proveedor de autofinanciamiento debe administrar los recursos aportados por los grupos de consumidores en los términos y en las condiciones previstas en el contrato de adhesión; esto es, debe constituir un fideicomiso de administración, cuyo patrimonio se constituya con las aportaciones de los consumidores, sujeto a la supervisión por parte de las autoridades financieras nacionales como la

Comisión Nacional Bancaria y de Valores, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco de México. El fiduciario del fideicomiso es responsable de la administración de los fondos y de la asignación de los recursos en eventos de adjudicación públicos y abiertos.

- f) 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 Federal del Consumidor.
- g) No debe 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.
- h) No puede ni debe entregar recursos líquidos al consumidor, salvo en casos de revocación del consentimiento para su celebración o rescisión del contrato de adhesión, o por la distribución del remanente correspondiente.
- i) Debe determinar el factor de actualización del valor del bien o servicio contratado, tomando en cuenta sus variaciones de precios durante el periodo contratado.
- j) Debe realizar los sorteos para la adjudicación de los bienes, en los términos, periodos y plazos previstos en el contrato, dichos sorteos deben celebrarse periódicamente ante la presencia de un fedatario público, en su caso, un interventor de la Secretaría de Gobernación para la verificación de los sorteos, el representante del fiduciario, los representantes de la empresa y los consumidores, quienes verifican los procedimientos de adjudicación.
- k) Está obligado a adjudicar los bienes o servicios a los consumidores en los términos, periodos y plazos previstos en el contrato. Exclusivamente por orden del Comité Técnico y conforme al contrato establecido, el fiduciario, previo avalúo del bien y establecimiento de las garantías correspondientes, asigna a los consumidores que resulten adjudicatarios.
- l) Entregar física o jurídicamente el bien objeto del contrato que haya sido adjudicado. En todo caso, cuando el consumidor sea adjudicatario, el proveedor debe entregar el bien, mueble, inmueble o la prestación del servicio contratado dentro de los veinticinco días naturales posteriores al cumplimiento de las garantías y los requisitos señalados en el contrato de adhesión.
- m) En caso de revocación del consentimiento por parte del consumidor en la celebración del contrato, lo que podrá hacer mediante escrito dentro de los cinco días hábiles siguientes a la contratación, sin responsabilidad alguna, el proveedor debe devolverle, dentro de los veinticinco días naturales siguientes a la notificación, el importe íntegro de los pagos realizados.
- n) El proveedor tiene derecho a recibir los gastos de administración y demás prestaciones convenidas en el contrato de adhesión autorizado y registrado por la Procuraduría Federal del Consumidor.⁵⁵

Presupuestos del cliente o usuario

El sistema de autofinanciamiento debe integrarse con grupos cerrados de un máximo de 180 personas, cuando se trate de bienes muebles y servicios no inmobiliarios, o de 600 para el caso de bienes inmuebles y servicios inmobiliarios.

Los proveedores del sistema de autofinanciamiento deben constituir grupos cerrados, integrados en un fideicomiso en donde es posible la sustitución de los miembros de un grupo, sólo en caso de cesión o revocación del consentimiento del contrato de autofinanciamiento. Las obligaciones y los

⁵⁵ Información obtenida a través de diversas entrevistas sostenidas con personal de distintas empresas de autofinanciamiento que ofrecen sus servicios en la Ciudad de México.

derechos de los clientes son los siguientes:

- a) Pagar la cuota de inscripción. El cliente debe pagar una cantidad determinada como cuota de gastos de inscripción al sistema de autofinanciamiento contratado.
- b) Pagos de cuotas periódicas. Los clientes asumen la obligación de entregar las cuotas pactadas en el contrato mediante aportaciones periódicas al fideicomiso de acuerdo con el contrato de adhesión; por lo general se trata de pagos mensuales.

Las cuotas que deben cubrir los clientes se determinan en función del precio del objeto de adjudicación y el plazo del contrato, dividiendo el monto entre el número de meses elegidos, a ese resultado se le suma la cuota de administración y la del seguro de vida e incapacidad permanente que el operador del sistema contrata en nombre del cliente para garantizar el pago de las aportaciones restantes y no afectar a los demás integrantes del grupo.

Como se dijo, el monto de las cuotas mensuales se ajusta a tasas variables en el mercado, por lo que se incrementa la mensualidad cuando se eleva el precio autorizado del bien o servicio que se pretende adquirir. Asimismo, con el objeto de evitar la disminución del poder adquisitivo del dinero, a la aportación se le aplica un factor de actualización que en algunas ocasiones el cliente elige y puede ser el de la inflación, el salario mínimo, un lapso fijo, etcétera, dependiendo de la operadora de autofinanciamiento. El factor de actualización se debe determinar tomando en cuenta la variación del precio del bien o servicio durante el periodo contratado. Este factor incrementa los pagos mensuales antes de ser congelados.

- c) Cuota de administración. El cliente se obliga a pagar una cuota de administración, que es la contraprestación a favor del operador del sistema de autofinanciamiento.
- d) Prima de seguro. El cliente debe pagar la prima o fracción de ésta, correspondiente en virtud del contrato de seguro que el operador debe contratar para garantizar el pago de la totalidad de las cuotas a cargo del cliente para el caso de su fallecimiento.
- e) Seguro contra daños. En caso de que el cliente resulte adjudicado del bien antes de que haya concluido con las cuotas periódicas para su adquisición, para la entrega física o jurídica del bien, debe contratar un seguro contra los daños a éste, con vigencia o prórroga obligatoria por 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.
- f) Revocar su consentimiento dado para la existencia del contrato, con tal que lo haga mediante escrito, dentro de los cinco días hábiles siguientes a su celebración, sin responsabilidad alguna. En este caso, el proveedor debe devolverle, dentro de los veinticinco días naturales siguientes a la notificación, el importe íntegro de los pagos realizados.
- g) Adjudicación. El cliente tiene derecho a ser adjudicatario de los bienes objeto del contrato, conforme las aportaciones periódicas que haya acumulado, los puntos, sorteos y demás especificaciones previstas en el contrato. En todo caso, dichas adjudicaciones deben hacerse por grupo, reservando en la cuenta del fideicomiso el porcentaje que determine el comité técnico del mismo para posibles revocaciones o terminaciones del contrato. Por lo mismo, ningún cliente del sistema puede tener una fecha segura para la adjudicación, ya que incluso es posible que no existan los fondos suficientes en el fideicomiso en virtud de revocaciones, terminaciones de contrato y, sobre todo, por los retrasos de pago de los integrantes de un grupo.
- h) El cliente debe cubrir, en su caso, las cantidades previstas en el contrato por la rescisión del contrato, las cuales deben estar claramente especificadas en el contrato de adhesión.⁵⁶

⁵⁶ Información obtenida a través de entrevistas realizadas con personal de distintas empresas de autofinanciamiento que prestan sus servicios en la Ciudad de México.

También se tienen **elementos personales no esenciales**, en razón de que si bien es cierto que intervienen en la operación de autofinanciamiento, también lo es que no intervienen de manera totalmente directa, es decir, que sólo surgen cuando los sujetos esenciales han dado vida jurídica al contrato.

Dichos elementos personales no esenciales, son: el **fiduciario**, quien se encarga de la administrar físicamente los recursos captados mediante las aportaciones periódicas de los consumidores, el que siempre será una institución de crédito perteneciente al sistema financiero mexicano. Este elemento interviene en el autofinanciamiento como una forma de ofrecer al consumidor mayor garantía respecto del dinero que aportan y para que no sea la misma empresa de autofinanciamiento la que tenga en sus manos las aportaciones de los grupos de consumidores.

Asimismo, se tiene, como elemento personal eventual, al garante por parte del consumidor, quien puede ser un avalista (no en el contrato), o un fiador o un deudor solidario, quienes son requeridos por la empresa de autofinanciamiento a efecto de garantizar el cumplimiento de las obligaciones contraídas por el consumidor dentro del contrato de autofinanciamiento y en los pagarés que, como consecuencia de éste, se suscribieren.

1.6.2 ELEMENTOS REALES.

Estos se señalan como los bienes o servicios que se puedan adquirir mediante el sistema de comercialización, debiendo advertir que este tipo de empresas iniciaron sus actividades con la oferta de constituir grupos de personas que tuvieran interés en la adquisición de bienes muebles pero que no contaban con el capital suficiente para comprarlos de contado, creándose grupos de personas que aportaban cantidades de dinero y se autofinanciaban para adquirir los bienes.

En la opinión de los autores Carballo Yáñez y Lara Treviño, "este sistema se constituyó con la intención de formar grupos de personas interesadas en adquirir un automóvil, de ahí la denominación "autofinanciamiento", ya que a través de las aportaciones de varias personas participantes en la operación, se adquiriría un vehículo automotor y se le adjudicaba a uno de los miembros del propio grupo, quien quedaba obligado a seguir realizando sus aportaciones periódicas de dinero, hasta cubrir el precio total del automóvil, más los gastos de administración del programa".⁵⁷ Sin embargo, esta apreciación es errónea, en razón de que se le denomina "autofinanciamiento" porque el grupo se autofinancia con el dinero aportado por sus miembros; la empresa concentradora no paga con su dinero los bienes, sino que utiliza el dinero propio de los miembros del grupo consumidor.

De acuerdo con la autora Soyla León Tovar, los elementos reales son:

- a) Las aportaciones, que son cantidades de dinero que debe aportar el usuario del sistema de comercialización, conforme a lo pactado en el contrato.
- b) Los bienes objeto de la adjudicación, que pueden ser bienes muebles o inmuebles.⁵⁸

1.7 OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

"El sistema empieza a operar una vez que el cliente (persona física o moral) desea adquirir el bien o servicio a través de autofinanciamiento, para lo cual solicita ingresar a un grupo en el que se aportan periódicamente sumas de dinero para constituir un fondo común, destinado a la adquisición de tales bienes o al pago de servicios; mismos que se entregan a los integrantes del sistema, una vez que han sido adjudicados, ya sea por sorteo, por subasta, antigüedad, etc., siendo el fiduciario quien se encarga de recibir y administrar las aportaciones que liquidan los

⁵⁷ Carballo Yáñez y otro. Ob. cit. p. 99.

⁵⁸ Cfr. León Tovar, Soyla H. Ob. cit. p. 667.

integrantes y adjudicatarios pertenecientes al sistema".⁵⁹

La persona física o moral que desea adquirir un bien con el sistema de autofinanciamiento acude a cualquier "agencia" donde tengan el bien o proporcionen el servicio y da inicio su trámite.

La autora Soyla León Tovar considera que el autofinanciamiento: "supone una forma o método para que uno o varios grupos de consumidores puedan adquirir bienes o servicios sin necesidad de obtener recursos mediante financiamiento de terceros sino con los propios recursos del fondo común que al efecto se constituye".⁶⁰

En el autofinanciamiento, los consumidores entregan sumas de dinero a un tercero para ser administrado, en beneficio del propio grupo. Por ello se requiere que los prestadores constituyan un fideicomiso para la administración de las cuotas cubiertas por los integrantes en donde participen los consumidores como beneficiarios de los recursos. La operación se realiza mediante la firma de un contrato de adhesión previamente aprobado y registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

Así, los usuarios realizan aportaciones periódicas al fideicomiso de acuerdo con el contrato de adhesión. Estas cantidades quedan bajo el resguardo de un fiduciario responsable de la administración y asignación de los recursos en eventos de adjudicación públicos y abiertos que se celebran periódicamente ante la presencia de un fedatario público, en su caso, un interventor de la Secretaría de Gobernación para la verificación de los sorteos, del representante del fiduciario, de los representantes del prestador y de los consumidores, quienes verifican los procedimientos de adjudicación. Exclusivamente por orden del Comité Técnico y conforme al contrato establecido, el fiduciario, previo avalúo del bien y establecimiento de las garantías correspondientes, asigna a los consumidores que resulten adjudicatarios, bienes o servicios objeto de la comercialización.⁶¹

Existen dos tipos de fideicomiso relacionados con los sistemas de autofinanciamiento: A) Fideicomiso Cerrado, que se constituye con un número determinado y exacto de participantes, inicia su vigencia cuando se han completado sus integrantes y termina cuando ha sido cobrada la última cuota de cada uno de sus miembros. En este fideicomiso, el monto de las cuotas mensuales se actualiza conforme diversas variables y, por tanto, se incrementa la mensualidad cuando el precio autorizado del bien o servicio que se pretende adquirir se eleva; y, B) el Fideicomiso Abierto, que no requiere un número determinado de participantes y permite el constante ingreso de nuevos miembros bajo la sola adhesión al fideicomiso y la salida de los que hayan cumplido su ciclo de aportación, recepción del beneficio y del pago del adeudo, o la cesión de sus derechos. Sin embargo, por las exigencias legales el fideicomiso utilizado es el cerrado que, desde luego, también permite la sustitución de los beneficiarios mediante la cesión de derechos.

Conforme a la Norma Oficial Mexicana, los sistemas de autofinanciamiento son sistemas de comercialización que no permiten entrega de dinero ni el otorgamiento de préstamos a los consumidores, sino su propósito es la administración de sus propios recursos para la adquisición de bienes o servicios convenidos en el contrato.

Etapas del autofinanciamiento

El autofinanciamiento tiene dos etapas, con finalidades y efectos diferentes, la prima de ahorro y el préstamo. Imaginemos una tanda quincenal, en la cual se ahorra durante varias quincenas hasta el

⁵⁹ SICREA. El Vendedor de autofinanciamiento, Edita SICREA, México, 1990, p. 10.

⁶⁰ León Tovar. Ob. cit., p. 664.

⁶¹ Cabe precisar que la autora en cita hace una generalización a este respecto, ya que en realidad, solamente en los casos de adjudicación por sorteo se requiere de la presencia de un interventor asignado por la secretaría de gobernación previo aviso hecho por la empresa de autofinanciamiento.

momento en que se recibe la cantidad y después continúa pagando las aportaciones que faltan.

Etapa De Ahorro. El consumidor efectúa pagos mensuales para ahorrar una cantidad que, con el tiempo, le tiende el “enganche” para la compra de un inmueble. En esta etapa, el consumidor tiene el beneficio de ganar intereses sobre el capital ahorrado.

Etapa De Préstamo. El consumidor recibe un préstamo y efectúa pagos mensuales para abonar a dicho préstamo que le concedió la empresa de autofinanciamiento.

Requisitos para obtener el autofinanciamiento:

- Ingresos mínimos comprobables entre \$7,000.00 y \$13,500.00. Aunque en algunos sistemas se pide tres veces o más el monto de la mensualidad a pagar.
- Cierta antigüedad laboral y tiempo mínimo de vivir en su domicilio actual, normalmente un año en ambos casos.
- Recibos de nómina de los tres últimos meses o, en caso de trabajar por honorarios, el último estado de cuenta bancario y última declaración de impuestos.
- Identificación oficial vigente.
- Comprobante de domicilio y teléfono propio.
- Contar con un buen historial crediticio, ya que las empresas revisarán los antecedentes en el Buró de Crédito.
- Los requisitos anteriores no se piden en todos los casos de autofinanciamiento, y en éste normalmente se requiere otorgar garantía por parte de una persona propietaria de un bien inmueble libre de gravamen, y se deben entregar copias del testimonio notarial de ese bien, considerando que a veces el garante no puede ser un pariente.⁶²

Pago inicial y monto a financiar

El precio de referencia para determinar el pago inicial y las parcialidades a pagar lo es, tratándose de un bien mueble como un automóvil el precio de agencia, si se trata de un bien inmueble se toma el valor de avalúo comercial y si se trata de un servicio, se toma como base el presupuesto de obra o servicio.

Casi siempre se toma un valor superior al que se encontraría si se desea adquirir el bien de contado, al cual se le agrega la comisión por la realización del trámite de financiamiento (que puede variar entre 1.3% y 1.5% del precio de contado), obteniéndose así el precio base del cálculo

El siguiente paso es calcular el monto del financiamiento, que es igual al precio base menos el pago inicial.

El pago inicial está compuesto, en las agencias y bancos, de:

- El enganche, que representa entre un 25% y 35% del precio de contado.
- La comisión por apertura del crédito.

En el caso del crédito obtenido en los bancos (y agencias, en caso de los automóviles) el monto financiado es menor casi de 65%.

En el caso de las empresas de autofinanciamiento es diferente, dado que no existe propiamente un enganche. Sin embargo, en las empresas lo que se da es una cantidad antes de recibir el bien (mueble o inmueble) o la prestación del servicio, donde se pueden considerar dos casos extremos posibles:

⁶² Estos requisitos representan la generalidad de los que las empresas de autofinanciamiento establecen. Se llegó a reunir estos requisitos después de múltiples entrevistas con personal de las distintas empresas de autofinanciamiento que ofrecen sus servicios en la Ciudad de México, tales como AFISA, PLANFIRME y AUTOFIN.

- El más favorable si se adjudica por sorteo en el primer mes, lo cual requiere tener buena suerte.
- Cuando se adjudica mediante el pago adelantado de un número determinado de aportaciones.

En lo referente a la comisión por apertura, los montos oscilan entre el 0.6% y el 1.7%.

En los planes de autofinanciamiento, si se hace entrega del bien o la prestación del servicio en primer sorteo, el monto financiado equivale prácticamente a la totalidad del precio de contado. Las diferencias aparecen en el caso de que se tenga que esperar hasta el sorteo límite. Para este tiempo, resta por pagar aproximadamente entre el 24.1% y 73.4% del monto total.

Etapas de ahorro

Sujeto de Contratación:

- Personas físicas principalmente y personas morales.
- De 18 a 65 años de edad.
- No padecer enfermedades terminales (por el seguro de vida; corazón, diabetes, cáncer, sida, etc.)
- No es requisito encontrarse en algún estado civil en específico.
- Ingresos: varían dependiendo del bien a financiar.
- Actividad: no es requisito (excepto tratándose de actividades de alto riesgo como bombero, piloto aviador, etc.)
- Referencias de crédito: se realiza investigación en el Buró de Crédito.

Plazos del autofinanciamiento:

- Hasta de 20 años (variable dependiendo de la compañía).

Pagos anticipados:

- Etapa del ahorro: hay ciertas reglas para controlar el límite porque acelera la obtención del préstamo.
- Etapa del préstamo: no hay límite.
- Para ambas etapas:
 - No hay penalización
 - Se adjudican a las últimas mensualidades
 - Reducen plazo
 - No se pagan las primas de seguros

Seguros

- Seguro de vida:
 - Edad: de 18 a 65 años.
 - Salud: no tener enfermedades terminales.
 - Cubre: muerte o incapacidad total permanente.
 - + Antes del préstamo: cubre la compra del bien.
 - + Después del préstamo: cubre el saldo por pagar.
- Seguros de daños:
 - Cubre el valor destructible del inmueble.

En el caso del seguro de daños, algunas empresas solamente incluyen el seguro de vida, y el seguro de daños lo puede adquirir o no el consumidor, aunque en los casos de

autofinanciamiento inmobiliario generalmente sí es obligatorio este tipo de seguro.

- Características de pago:
 - Lugar: el primer pago se efectúa en la compañía; los siguientes se realizan en la sucursal bancaria del fideicomiso que suministra los fondos.
 - Forma: el depósito en la cuenta de fideicomiso.
 - Fecha: los días que se determinen de cada mes.

CUOTAS

- Pagos mensuales:
 - a) aportación periódica inicial:
 - b) Seguro de vida:
Es diferente según la edad
 - c) Seguro de daños:
Según zona sísmica
 - d) Gastos de administración:
12% en 20 años
0.8% en 1 año
0.067% en 1 mes
- Pagos por una sola vez:
 - a) Cuota de inscripción (1.25%)
 - b) Cuota de adjudicación del préstamo (3%)
 - c) Avalúo de gastos notariales de escritura de compraventa e hipoteca (según aranceles notariales).

Actualización

La actualización, es el proceso por el cual la suma inicial contratada incrementará su valor para que conserve el poder adquisitivo, valor que se determinará por la cuantificación de un factor o factores, sujetando dicha cuantificación a condiciones, bases o reglas definidas en los contratos y de acuerdo con la legislación vigente.

Objetivo de la actualización

- Premiar el ahorro, en la etapa de ahorro.
- Evitar la pérdida de capacidad adquisitiva del ahorro.
- Proteger la capacidad de pago individual y del grupo.

Se actualiza todo:

- El monto contratado.
- Cuotas mensuales.
- Cuotas de gastos de administración.
- Comisiones.
- Primas de seguros de vida.

Se actualiza mensual, bimestral o semestralmente.

Factores que pueden considerarse:

Puede ser el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), el índice inflacionario, entre otros, por ejemplo:

Etapa del ahorro: INPC menos 4 puntos.

Etapa del préstamo: INPC más 4 puntos.

Se actualiza todo el tiempo, en ambas etapas.

Seguros de vida: Las primas de seguros de vida son crecientes por la actualización y decrecientes por la disminución del saldo del préstamo.

La actualización actúa como un interés de hecho.

Pago inicial actualizado: Quien contrate en un segundo o posterior mes, la cuota inicial será la actualizada, para que no afecte al grupo, si la actualización fuere mensual.

Valor histórico: es el valor nominal.

Valor presente: es la cantidad actualizada del valor histórico.

Valor promedio: es el promedio de la suma de las cuotas a valor histórico entre el número de cuotas pagadas.

Adjudicación: Es el derecho a disponer del monto contratado para el destino previsto en el préstamo.

Sistemas: Se usan varios:

Lista de espera:

- Estar al corriente en el pago de cuotas.
- Haber pagado 30% del contrato: 180 meses por 30%=54 cuotas.
- La lista de espera es por riguroso orden de antigüedad.

Sorteo:

- Se sortea el derecho a ser adjudicado el préstamo.
- Debe haber pagado 30% del contrato.
- Debe estar al corriente de sus pagos.

Subasta abierta:

- Gana quien ofrece pagar más cuotas.
- Debe haber pagado 30% del contrato.
- Estar al corriente en sus pagos.

Adjudicación automática:

- Debe estar al corriente en sus pagos.
- Haber pagado el 50% del contrato.
- Tener antigüedad de 4 años.

Adjudicación Directa:

- El seguro paga el saldo por muerte o incapacidad.

Compra del bien inmueble:

El consumidor tiene la libertad para elegir en el mercado el bien mueble o inmueble, o bien el servicio que desea recibir. La compañía no interviene ni impone condiciones o negociaciones.

ETAPA DEL PRÉSTAMO

Destino del préstamo:

- Adquisición del inmueble.

- Construcción, reparación o remodelación del inmueble.
- Liberar hipotecas o adeudos originados por la adquisición o construcción, reparación o remodelación del inmueble.
- Gastos de la operación: notariales, avalúo, cuota de adjudicación.
- Si el monto contratado y actualizado fuere mayor al del préstamo ejercido, la diferencia se aplica a pago anticipado del autofinanciamiento, a las últimas mensualidades.

Tipos de Inmuebles:

- Habitacional (casas, departamentos en condominio) locales, terrenos, oficinas, bodegas, etcétera.

Notario

Es a elección de la compañía.

Garantía

- Hipotecaria o fiduciaria, sobre el inmueble
- Aval o fianza si el préstamo excediere 70% del valor de inmuebles, sin exceder el 100% de la suma contratada y actualizada. Recordemos que lo ahorrado en la primera etapa se devuelve digamos 30% y la compañía presta el 70% restante.

Algunas empresas exigen que la garantía otorgada cubra hasta el momento de adjudicación del bien o servicio, y si el préstamo excediere el 70% del valor del inmueble. Si el consumidor aporta el 50% del valor del bien o servicio, la adjudicación es inmediata y obligatoria por parte de la empresa y sin necesidad de otorgar garantía.

Cesión de los derechos del integrante del grupo o adjudicatario.

- El sujeto sustituto debe reunir los requisitos de contratación y de seguro.
- El sujeto sustituto debe pagar comisiones de inscripción y adjudicación.
- Se requiere de consentimiento de la compañía.
- El autofinanciamiento continúa sin renovación alguna.
- La compañía no asume la responsabilidad, ni interviene en la cesión.
- La adjudicación del préstamo debe cederse ante notario público, es decir, mediante las escrituras de compraventa y reconocimiento de adeudo.

Cancelación y/o rescisión.

Cancelación antes del préstamo.

- Periodo de gracia: cinco días antes de la firma del contrato, sin pena.
- Después del periodo de gracia: se devuelven las cuotas a valor histórico (pierde actualización) no se devuelven cuotas de seguros, de administración, ni comisiones; causa pena de dos cuotas a valor promedio.

Cancelación después del préstamo

- No hay cancelación.

Rescisión en todos los casos:

- Se rescinde el contrato por la falta de pago de dos mensualidades.
- La devolución de lo ahorrado estará sujeta a la liquidez de los fondos del fideicomiso.

Incremento o decremento de un contrato

La compañía se reserva el derecho de analizar y resolver sobre la posibilidad de incrementar o disminuir el valor presente de un contrato.

Garantías para el consumidor

Fideicomiso: es el banco quien administra los fondos y en ningún caso la compañía.

1.8 CASO FORTUITO Y FUERZA MAYOR.

"El término caso fortuito o denominado también como casus, es por antonomasia, la voz más usada hoy. La expresión latina significa suceder. La más clásica definición de caso fortuito se funda en la imprevisibilidad e inevitabilidad. Casus es, por tanto, lo que no puede ser previsto o que habiéndolo sido era imposible evitar. Se debe caracterizar por la imposibilidad del acontecimiento que se produce en relación causal con la actividad de un hombre o con su omisión. En tanto que la fuerza mayor de igual manera se funda en la imprevisibilidad e inevitabilidad sin embargo se produce en relación causal con hechos provenientes de la naturaleza".⁶³

Caso fortuito y fuerza mayor son hechos jurídicos no voluntarios, el caso fortuito y la fuerza mayor aparecen a primera vista como hechos jurídicos de orden negativo, los acontecimientos constitutivos de un caso fortuito o de fuerza mayor, tienen un alcance positivo en el sentido de que disminuyen el patrimonio de quien era acreedor de la obligación. El caso fortuito puede ser considerado como el origen externo del obstáculo que ha impedido el cumplimiento de la obligación, y en la expresión fuerza mayor, el carácter insuperable de este obstáculo.

El acontecimiento constituido por el caso fortuito o fuerza mayor, hace imposible el cumplimiento de la obligación, también se puede entender por caso fortuito o fuerza mayor, una variedad de hecho jurídico de orden legal, material o meramente humano, perteneciente particularmente al derecho de las obligaciones, y que impide el cumplimiento o nacimiento de una obligación, en razón de la imposibilidad absoluta en la cual se ha encontrado sin culpa el deudor, o el que se pretende como tal, de dominar el poder del acontecimiento que constituye el hecho jurídico.

En materia de autofinanciamiento, si se presenta un caso fortuito o de fuerza mayor, el proveedor del sistema de autofinanciamiento no asume responsabilidad alguna y tampoco se hace responsable por el rechazo o falta de cumplimiento de las obligaciones asumidas por el consumidor derivadas de caso fortuito o fuerza mayor; en todo caso, subsanado el impedimento, el proveedor contará con un plazo (generalmente de veinticinco a treinta días) para cumplir con las obligaciones contraídas.

1.9 LAS GARANTÍAS EN EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

La mayoría de las empresas de autofinanciamiento solicitan un aval propietario único de un inmueble inscrito en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio, libre de gravamen, mismo que quedará en garantía, cuyo valor represente como mínimo dos veces el adeudo pendiente; esto en caso de que el consumidor hubiese cubierto con sus aportaciones menos del 50% del valor presente del bien o servicio contratado.

En otros casos, se le pide al consumidor otorgar en garantía fiduciaria o hipotecaria con fianza a favor de la empresa de autofinanciamiento, el bien adquirido o construido o remodelado o ampliado (dependiendo de cada caso). De estas garantías, la empresa elige una, considerando la que mejor garantice las aportaciones del grupo.

⁶³ Ejemplos y casos prácticos de Derecho Corporativo. Editorial Fiscal y Laboral, 1ª edición, México, 1984, p. 4.

De la investigación de campo que realicé, ninguna empresa de autofinanciamiento pide que se le otorgue una póliza de fianza como garantía.

De acuerdo a la normatividad vigente, que en el caso es la NOM – 143 – SCFI – 2000, el proveedor debe solicitar al consumidor 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:

"Los tipos de garantías son:

- a) Garantía prendaria; cuando se trate de bienes muebles o servicios.*
- b) Garantía hipotecaria; cuando se trate de inmuebles o servicios inmobiliarios.*
- c) Otras garantías que se establezcan en el contrato de adhesión".⁶⁴*

En caso de que el proveedor requiera aclarar o precisar las garantías que ofrece el adjudicatario, debe hacerlo del conocimiento de éste, 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 relativa a la garantía de que se trate.

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, y en caso de hacerse efectiva la garantía, las aportaciones periódicas recuperadas deben afectarse directamente al patrimonio del fideicomiso correspondiente, a más tardar dentro de los 3 días hábiles siguientes.

1.10 TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

Cuando apenas se ha firmado el contrato y dentro de los primeros cinco días hábiles, el consumidor podrá dar por terminado el contrato, devolviéndole la empresa de autofinanciamiento el importe íntegro de los pagos que hasta ese momento hubiese realizado, a menos que ya hubiese participado en una reunión de adjudicación.

En el caso anterior, cuando el consumidor ya lleva un número de parcialidades pagadas, aún no ha recibido el bien o servicio objeto de autofinanciamiento y ya ha participado en reuniones de adjudicación, si ya no desea o no puede continuar en el sistema, puede optar por la terminación del contrato, si bien debe pagar una pena convencional que por lo regular va de una a una y media de las aportaciones mas las cantidades que haya desembolsado por concepto de seguro, gastos de administración y el impuesto correspondiente de éstos; resultando prudente aclarar que se le devuelven al consumidor el valor de las aportaciones mensuales pagadas a valor histórico menos la pena convencional, generalmente en un plazo de 30 días naturales.

La empresa puede rescindir el contrato por falta de pago, del consumidor, de dos o tres mensualidades, descontando de sus aportaciones pagadas la pena convencional que se hubiere señalado en el contrato. La diferencia existente se devuelve en un plazo, regularmente, de 60 días naturales a partir de la notificación de rescisión del contrato.

Como integrante de un grupo de autofinanciamiento, el consumidor al corriente en el pago de sus cuotas mensuales totales, podrá ceder los derechos y obligaciones de su contrato a la persona que elija y que cumpla con las condiciones y requisitos básicos para contratar. El trámite se realiza cuando menos diez días hábiles antes de su siguiente Reunión de adjudicación. Generalmente, el

⁶⁴ Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, Capítulo de Definiciones, p. 8.

cesionario deberá pagar el 50% de la inscripción y firmar el contrato de adhesión así como contratar los seguros relativos al tipo de bien o servicio objeto de autofinanciamiento requeridos por la empresa de autofinanciamiento. Los arreglos económicos entre el consumidor miembro del grupo y el cesionario, así como los impuestos que correspondan se consideran como absoluta responsabilidad entre ellos.

La cancelación y/o la rescisión del contrato de adhesión debe notificarse de manera indubitable y las penas convencionales deben establecerse en el contrato de adhesión procurando la reciprocidad de las partes, determinándose en función del número de aportaciones periódicas, a valor histórico promedio, que establezca el proveedor. Las penas convencionales que aplique el proveedor, el importe total debe afectarse al fondo común del grupo. Cuando el proveedor deba pagar una pena convencional por causas imputables a él por la rescisión del contrato, el proveedor no debe cargar tal pago al fondo común del grupo.

Cuando termine la vigencia del grupo establecida en el contrato de adhesión, el proveedor debe realizar la liquidación del grupo dentro de los 60 días naturales siguientes siempre y cuando se hayan entregado la totalidad de los bienes o servicios de los adjudicatarios del grupo. Una vez realizada la liquidación del grupo, 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 hubiere, 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.

A lo largo de este primer capítulo se ubicó al autofinanciamiento dentro de la materia mercantil, por las preponderantes razones de éste contrato entraña una obligación entre un comerciante y un particular, pudiendo ser éste persona física o jurídico colectiva y el objeto del contrato son los bienes y servicios que se encuentran dentro del comercio.

El sistema de autofinanciamiento es el contrato por virtud del cual una persona jurídico colectiva, constituida como sociedad de acuerdo con lo previsto en la Ley General de Sociedades Mercantiles, denominada "empresa de autofinanciamiento" o "autofinanciadora", provee de bienes (muebles o inmuebles) o servicios, recibidos de otra persona denominada "suministrador"; a una persona denominada "cliente", "consumidor" o "autofinanciado" (agrupado con otros consumidores), a cambio del pago de una cantidad de dinero llamada "cuota periódica total", cuya captación y administración corre a cargo de un tercero llamado "fiduciario", quien capta y administra el dinero aportado por los grupos de consumidores, para beneficio de ellos, en los términos y condiciones previstos en el contrato de adhesión, celebrado entre la empresa de autofinanciamiento y el consumidor.

Después de analizar el contrato, se ha determinado que se trata de un contrato de adhesión, en razón de que no deja a una de las partes, en plena libertad contractual para disponer las condiciones bajo las cuales habrá de desarrollarse el sistema de autofinanciamiento.

Este análisis deja más claro el papel que tiene el suministrador de los bienes o servicios materia de autofinanciamiento, cuyos derechos y obligaciones solamente se establecen con la empresa de autofinanciamiento; y la función del fiduciario, como la persona jurídico colectiva que capta y administra los fondos del sistema de autofinanciamiento.

Sin embargo, antes de analizar el fundamento jurídico de esta figura, se hace necesario saber sus antecedentes y orígenes, las circunstancias históricas, sociales y económicas, que llevaron al surgimiento de este sistema de adquisición de bienes y servicios y que obligaron a incluirla en el régimen jurídico de México; todo este recorrido se hace en el siguiente capítulo del presente trabajo.

CAPÍTULO SEGUNDO. MARCO HISTÓRICO

2.1 ANTECEDENTES GENERALES

2.1.1 EN ALEMANIA

2.1.2 EN ARGENTINA

2.1.3 EN BRASIL

2.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO

2.2.1 LOS BONOS DEL AHORRO NACIONAL

2.2.2 LAS "TANDAS"

2.2.3 CAJAS DE AHORRO

2.2.4 AMORTIZACIÓN DE OBLIGACIONES

2.1 ANTECEDENTES GENERALES.

El sistema de autofinanciamiento ha intentado encontrar sus orígenes en diversos modelos anteriores a los que a continuación se describirán. Todos estos sistemas de ahorro tuvieron diversos orígenes de distintas vertientes geográficas, reconocen los sistemas de ahorro que fueron soportando las sucesivas modificaciones que, a través del tiempo, llegaron hasta los hoy conocidos. No obstante ello, existe coincidencia en atribuir sus antecedentes primigenios en Alemania y su funcionamiento y auténtico origen como sistema en Brasil.

De esta forma considero importante hacer mención de dichos modelos que servirán como parámetro para analizar a los países en los cuales se llevó a cabo, de una forma u otra, el sistema de autofinanciamiento.

***"Origen inglés:** una de las versiones remonta su origen a Inglaterra, donde, a fines del siglo XVIII (aproximadamente en 1780) se organizaron sociedades con una base cooperativista y mutualista, cuyo objeto era acumular ahorros de la incipiente clase trabajadora aglutinada en zonas industriales para, luego, otorgar préstamos a los asociados con el propósito de adquirir viviendas.*⁶⁵

***Origen italiano:** en el modelo italiano existía la venta "arrisparmio" (ahorro) el cual se utilizaba para la adquisición de automotores basados en la formación de grupos de ahorradores que dieron buenos resultados en ese país".*⁶⁶

2.1.1 EN ALEMANIA.

En Alemania el sistema de autofinanciamiento no nace como un concepto ya creado, es decir, como el sistema moderno de autofinanciamiento que se conoce en la actualidad.

El origen del autofinanciamiento se remonta a los años 30's, en Alemania. El sistema comercial denominado como autofinanciamiento, tuvo sus orígenes en Alemania a mediados de 1934, dadas las características económicas de dicho país, previas a la Segunda Guerra Mundial.

Walter Henry Nelson narra que la Alemania nazi era un país totalitario, el ahorro era forzado y no existía la libertad de comercio y Adolf Hitler promovió la idea de proporcionar un automóvil de características modestas a los ciudadanos alemanes, creando de esta forma, junto con la compañía PORSCHE el vehículo Volkswagen, que deviene de los vocablos Volks – Pueblo y Wagen – Coche y significa "coche popular o coche del pueblo".⁶⁷

⁶⁵ <http://www.narms98.com.mx>

⁶⁶ <http://www.inetcorp.net.mx>

⁶⁷ Chani M.P.; Illade de R.R.; et. al. Principios Básicos de Autofinanciamiento, Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C., México, 1990, p. 6.

Así, los empleados de la citada empresa automovilística, ahorraban semanalmente o mensualmente una cantidad determinada de marcos alemanes, participando de esta manera en el sorteo de un automóvil cada determinado periodo de tiempo y el resto del valor de vehículo se pagaba de la misma forma, lo cual obtuvo un excelente resultado.

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

Después de ser devastada por los países aliados, Alemania entró en una crítica situación económica; la población padecía serias carencias por falta de recursos económicos y no existía un sistema de comercialización a plazos que le permitiera la obtención de bienes.

En un panorama de pobreza y hambre, en el que el fuerte frío aumentaba la desventura de los alemanes, provocándoles la imperiosa necesidad de integrar grupos de personas con la capacidad de realizar pagos mensuales para la adquisición del calefactor a futuro. Es así que en las postrimerías de la Segunda Guerra Mundial, por falta de dinero, los comerciantes carecían de liquidez para otorgar créditos y pocos eran los clientes que podían comprar de contado, implementándose este tipo de comercialización (similar al practicado antes de la Guerra) mediante el cual se dividía el valor del producto entre un plazo determinado por los participantes, normalmente mensual, y cada periodo se pagaba la quinta parte del valor total del bien durante cinco meses. El dinero recabado cada mes se utilizaba para comprar uno de los productos, sorteándolos entre los participantes hasta que todos tuvieran el propio.

Aún cuando este sistema funcionó hasta cierto punto, no prosperó de tal forma que tuviera continuidad, esto es así puesto que no existe rastro alguno de legislación que regule dicha figura.

En estricto orden cronológico, el sistema de compras a futuro se implanta por primera vez en Brasil, sin embargo, por la importancia que reviste el desarrollo de este sistema en Argentina, hemos dejado para el siguiente apartado su análisis.

2.1.2 ARGENTINA.

En 1966, los empresarios argentinos captan el sistema implementado en 1960 en Brasil. Posteriormente otros países latinoamericanos y europeos se integran a la promoción.

En Argentina se manejó el autofinanciamiento, empleando el término "Sistema de Ahorro Previo", es decir, la captación de ahorro público con promesa de prestaciones futuras.

Aunque en Argentina existió legislación que data desde 1943 (Ley 11672. Decreto reglamentario 142-277-43 del 8 de febrero de 1943), por ser éste un país de gran tradición jurídica y en aquél entonces sin problemas de inflación, ya no nace con un sentido popular sino mercantil, cambiando de esta manera su naturaleza.

La estabilidad económica de aquel entonces, arrastraba una fuerte concepción del ahorro en el sentido de guardar hoy para gozar mañana. Tal fue la importancia de estos planes, que se dictó un conjunto de normas, como el decreto arriba mencionado, que hasta hace algunos años reguló como matriz general todo el sistema de ahorro previo.

"Se legisló como una actividad financiera más que como una actividad comercial, lo cual pasó desapercibido y sin éxito. Uno de los posibles orígenes del sistema de autofinanciamiento podría encontrarse en los modelos italianos, sobre todo, los grupos cerrados de ahorro para la adquisición

de bienes muebles".⁶⁸

Es necesario señalar que en Argentina se contempla legislación que data desde 1943 y pudiera por ello pensarse que es en este país donde surge formalmente el autofinanciamiento, ya que es el primer país que legisló respecto de lo que hoy conocemos como Autofinanciamiento; sin embargo, cabe destacar que esta figura nunca se llevó a la práctica, debido a que el presupuesto necesario para su funcionamiento era el que existieran situaciones de inflación que afectaran la economía del país y produjeran como consecuencia la difícil adquisición de bienes muebles o inmuebles o bien servicios. Además de que Argentina legisló de una forma tal que, al prever una situación de inflación y ésta nunca presentarse, dicha legislación resultó verdaderamente innecesaria.

Sin embargo, en la década de los 80's se vivieron en Argentina periodos de hiperinflación que llevó a los argentinos a la aplicación de su legislación anterior.

2.1.3 BRASIL.

En comparación con Argentina, que legisló en 1943 sobre el autofinanciamiento, en Brasil se haría hasta 1971, siendo este país donde verdaderamente tuvo su formal origen el autofinanciamiento, a pesar de que pudiera parecer lo contrario.

Para la década de los años 60's, el sistema de autofinanciamiento surge por primera vez en el Continente Americano, implementándose en países como Brasil y Argentina y en donde se arraigó primeramente en la industria automotriz y después en otras áreas.

Fue Brasil el primer país en América Latina en sufrir terribles etapas inflacionarias, dejando al pueblo sin capacidad alguna de compra. Es en este momento cuando se empieza a formar, en la ciudad de Sao Paulo, los llamados fondos mutuos que nacen de los sindicatos, los cuales se agrupan para comenzar a hacer compras, pagando con el esfuerzo de todos lo que se necesitaba.

"El día que se reunió la cantidad para adquirir el primer automóvil, el líder del grupo se presentó ante el gerente de una agencia de automóviles y le entregó el dinero suficiente para la compra de un vehículo. Cada mes repitió la misma operación hasta que todos los integrantes de su grupo eran propietarios de una unidad que nunca hubieran podido adquirir de contado o a crédito. Por los altos intereses del financiamiento bancario".⁶⁹

En Brasil este sistema tuvo tanta aceptación que los mismos comerciantes se dieron cuenta de que era una buena manera de vender. Por lo que, en el año de 1982, el autofinanciamiento creció tanto que se volvió imposible manejarlo, ya que empezaba a utilizarse a nivel nacional y uno de los primeros problemas a los cuales se enfrentaba este nuevo sistema era el que no había redes para un control en el manejo del cobro, por lo que se utilizaban valijas; no obstante lo anterior, dicho problema fue superado y, para el año de 1991, Brasil contaba ya con más de 900 empresas especializadas en autofinanciamiento.

Mientras el autofinanciamiento con sentido popular se extendía por todo Sudamérica conocido como "consorcio" o "ahorro previo", en Brasil su crecimiento se presentaba a pasos agigantados – actualmente aporta el 2% del Producto Interno Bruto del país – .

Es necesario mencionar que la primera ley que se dictó en Brasil regulando el autofinanciamiento (siendo éste el término que realmente se emplea en Brasil) fue la Ley 5768, del 20 de diciembre de 1971, la cual ha venido teniendo una serie de adiciones publicadas mediante Decretos.

⁶⁸ Chani M.P.; Illade de R.R.; et. al. Principios Básicos de Autofinanciamiento, Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C., México, 1990, p. 7.

⁶⁹ Schretnan, Ch. Ideas Automotrices, Boletín AMDA, México, 1998, p. 5.

Esta ley, junto con sus adiciones, se encuentra traducida del portugués al español en el libro del autor Alejandro Vaccaro titulado "Grupos Cerrados en el Sistema de Ahorro Previo", en su apartado de legislaciones.

Tanto en Argentina como en Brasil, los sistemas de captación y administración de recursos humanos de terceros con promesa de futuras prestaciones reconocen diversas modalidades técnicas, operativas y con variadas denominaciones; entre las cuales podemos mencionar:

1. Los Grupos Cerrados, los cuales se caracterizan por cuatro parámetros:
 - a) El valor del contrato; éste puede ser un monto de dinero o al precio de uno o varios bienes.
 - b) La cantidad de periodos del plan. Es aquí donde el valor del contrato se dividirá por la cantidad de periodos del plan, y de ahí resultará la cuota periódica que abonará el suscriptor.
 - c) La cantidad de suscriptores. El número de suscriptores determinará la cantidad de adjudicaciones que en el grupo asignará en cada periodo; por ejemplo: serán dos si los suscriptores son el doble de los periodos del plan.
 - d) Las formas de adjudicación son a través de los mecanismos de sorteo y subasta. El primero implica la asignación por el hecho de haber resultado favorecido en la secuencia de extracción de números en una urna; el segundo es consecuencia de haber ganado el mejor postor al ofrecer mayor número de mensualidades adelantadas.
2. Ciclo abierto, es una plan de ahorro para fines determinados y contempla las siguientes características:
 - A) Ingreso irrestricto de suscriptores.
 - B) Se suscribe por un valor nominal determinado.
 - C) Se establece un plazo de operación.
 - D) El suscriptor abona cuotas mensuales y, técnicamente, en un periodo determinado, integró un porcentaje de lo suscrito; de esta manera el sistema le adjudica la totalidad, pasando a ser deudor por el saldo, esto es, la diferencia entre lo ahorrado y lo percibido.
 - E) La adjudicación es por el siguiente medio: es por el mayor monto de capital en un tiempo dado, en relación a sus colegas suscriptores del mismo plan.
3. Capitalización, su técnica operativa consiste en:
 - I. Un plazo de operación determinado.
 - II. El valor del título que se ha suscrito.
 - III. Abono de cuotas mensuales sucesivas.
 - IV. Al finalizar el plazo de operación el valor nominal habrá sido totalmente contemplado y se le restituirá al suscriptor la totalidad de lo integrado más el interés implícito en la formulación del plan.
 - V. Existe una característica contingente en esta operación, que es la existencia de un sorteo mensual por el cual el suscriptor favorecido recibe la totalidad del valor suscrito, sin obligación a reembolsarlo.

Estos son los tres principales sistemas de autofinanciamiento que se han presentado en Sudamérica, aunque ello no impide que se presenten otras variantes que se diferencian únicamente por el bien o por el servicio contratado; el plazo de operación; etcétera. No obstante, la base es que para tener derecho a la prestación del sistema administrativo por una empresa, debe constituirse previamente un ahorro obligatorio, dependiendo de la magnitud de los mismos mecanismos internos en cada operación. Asimismo, cada empresa administradora deberá estar sujeta a ciertas regulaciones de los organismos específicos vinculados a esta actividad.

2.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO.

*"En nuestro país el autofinanciamiento surgió en 1969; sin embargo, fue hasta 1977 cuando cobró verdadera fuerza, al crearse un número considerable de sociedades para operarlo. Desde entonces, este sistema de comercialización ha pasado por diversas etapas que se pueden diferenciar por los cambios que se han introducido en algunos de los principales elementos que lo definen. El autofinanciamiento con visión empresarial nació en México a principios de la década de los 70's. Fue concebido en la Ciudad de Guadalajara, Jalisco, por el Señor Benito Albarrán".*⁷⁰

Con la asesoría de especialistas brasileños fue formado un consorcio para la adquisición a futuro de automóviles Volkswagen. Sin embargo, el proyecto inicial sufrió modificaciones tras la crisis de principios de los años ochenta. Para entonces, el mecanismo resultaba ventajoso a los primeros consumidores afortunados, pero no para los últimos, quienes, víctimas de la inflación, adquirieron una deuda mucho mayor que el valor del bien recibido.

*"Entonces apareció un nuevo esquema, cuyo éxito se basa en el porcentaje compensatorio que permite congelar la mensualidad al darse la adjudicación y prevenir así una posible inflación. Luego de enfrentarse a un largo recorrido, en el que tuvo que enfrentar la desconfianza de la sociedad y del propio gobierno, el autofinanciamiento automotriz en México logró consolidarse al grado de que a fines de 1994, más del 50% de los automóviles vendidos en el país se habían adquirido mediante este mecanismo".*⁷¹

El autofinanciamiento inmobiliario en México intentó iniciar en 1989 con dos empresas nacionales: Plan Firme del Ingeniero Carlos Lozano Gallegos de Guadalajara; y, ACO del arquitecto Roberto Díaz Arciniega, de la Ciudad de México. Ambos corporativos gozaron de éxito casi de inmediato, con miles de consumidores. El gobierno presionado por la banca, les suspendió actividades a los dos empresarios. El primero de ellos entregó la administración del fideicomiso al Departamento Fiduciario de Banca Serfin, mientras que el segundo promovió un amparo contra las autoridades, mismo que le fue otorgado en 1994 y hasta la fecha sigue operando. Por su parte el sistema Plan Firme, ya administrado por Banca Serfin, ejerció la cobranza sin integrar nuevos usuarios al sistema, hasta que en 1997 benefició al último inscrito.

A mediados de 1994, el autofinanciamiento inmobiliario es reconocido por el Gobierno Federal. En este año es publicada en el Diario Oficial de la Federación la legislación respectiva, que permite aplicar este mecanismo tanto a la compra de bienes muebles nuevos, como a la prestación de servicios y adquisición, remodelación, ampliación y construcción de cualquier tipo de bienes inmuebles.

El rápido desarrollo del autofinanciamiento que se presenta gracias a su flexibilidad, ha provocado una constante regulación del Gobierno Federal a través de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía) y la permanente vigilancia de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) cuando el servicio lo presta una empresa privada y la vigilancia de la

⁷⁰ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Sistema de Autofinanciamiento, SECOFI, México, 1985, p. 8.

⁷¹ Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Vendedor de Autofinanciamiento, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, México, 1990, p. 16.

Comisión para la Defensa y Protección de los Usuarios de los Servicios Financieros (CONDUSEF) cuando el servicio es prestado por los bancos.

México cuenta con un régimen fiduciario de reconocimiento mundial. La figura del fideicomiso en los últimos años ha permitido integrar una relación más ordenada entre los aspectos financieros y legales. Por tratarse de quien maneja los fondos colectivos administrados por un tercero establece un manejo correcto, legal y de mutuo acuerdo entre los integrantes del mismo.

Los bancos, compañías de seguros o afianzadoras, son los fiduciarios responsables de la administración de los fideicomisos, como una garantía adicional para los consumidores.

Etapas del autofinanciamiento en México

En el país, el autofinanciamiento surgió en 1969. Sin embargo, fue hasta 1977 cuando cobró verdadera fuerza en México, al crearse un número considerable de sociedades operadoras del servicio. Desde entonces, este sistema de comercialización ha pasado por diferentes etapas que se pueden diferenciar por los cambios que se han introducido en algunos de los principales elementos que lo definen.

En el periodo comprendido entre 1969 a 1976, el sistema de autofinanciamiento funcionaba de la siguiente forma:

- Una vez inscrito el cliente, se integraba a un grupo de 100 personas.
- Los grupos formados eran cerrados, es decir, hasta que existieran 100 personas podrían participar en los eventos de adjudicación. Además sólo podían ingresar personas a un grupo ya formado cuando las personas ya integradas decidieran cancelar su contrato, o bien, cuando éste fuera rescindido por falta de cumplimiento a los estipulado.
- El plazo para pagar era cubrir cada una de las 40 mensualidades pactadas.
- Se mantenía una cuota fija durante los 40 meses contemplados en el sistema, lo que lo hacía atractivo para el consumidor.⁷²

Las características anteriormente referidas, eran posible mantenerlas debido a la situación económica del país en ese periodo. Para finales de 1976, los sistemas de autofinanciamiento existentes en ese entonces, sufrieron modificaciones en sus planes de comercialización para adaptarse a los cambios suscitados en la estructura económica y financiera del país.⁷³

De 1978 a 1981, el autofinanciamiento se caracterizó por:

- Plazo de operación de 40 meses.
- Las personas formaban grupos abiertos de 100 personas, es decir, una vez integradas tal número de personas; las que resultaran adjudicadas en cada evento, así como las que cancelaban y rescindían el contrato, eran reemplazados en cada grupo.

Este cambio de grupo cerrado a grupo abierto vino a atenuar en parte, las dificultades económicas por las que atravesaban las empresas autofinanciadoras como efecto de la crisis en que el país se encontraba inmerso pues permitía que mensualmente ingresaran nuevos participantes en el sistema sin el inconveniente de esperar a que se reunieran 100 personas para formar un nuevo grupo, lo cual redundó en un mayor número de vehículos desplazados en el mercado automotriz.

⁷² Información proporcionada por el Licenciado Modesto Gutiérrez, ex presidente de la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A. C. AMAPSA.

⁷³ <http://www.amapsa.com.mx>

Se implementó el cobro de un ajuste por el incremento en el precio de las unidades en el momento en que les era entregada la unidad. Se igualaban las cuotas ya pagadas con anterioridad al momento vigente en el periodo en que fue entregado el automóvil.

Al momento de la adjudicación de la unidad se "condonaban" las cuotas mensuales hasta el término de la operación. Esto es, una vez entregada la unidad, se mantenía el precio de la mensualidad.

Las formas de adjudicación eran:

- sorteo
- subasta
- puntaje

Surgieron penalizaciones por incurrir en retraso del pago de las mensualidades.

De 1982 a 1985 el sistema operó de la siguiente forma:

- A. Se constituían grupos cerrados de 100 personas y solo eran sustituidas las vacantes por cancelación o rescisión de contrato.
- B. A los clientes se le comenzó a cobrar el 1% del valor del automóvil como cuota única de inscripción.
- C. El plazo a pagar era también de 40 meses.

Los conceptos que cubría la cuota mensual eran los siguientes:

- a) El 2.5% del valor de la unidad mensual.
- b) El 2% del valor de la unidad como gastos de administración.
- c) IVA de gastos de administración.
- d) Prima de seguro de vida, en caso de fallecimiento o incapacidad permanente al cubrir el saldo insoluto de la deuda.
- e) Al momento de ser adjudicatario debería cubrir también un seguro automotriz de cobertura amplia hasta el término de su contrato con la empresa autofinanciadora.

El sistema se regía bajo el concepto de "precio equilibrado" es decir, no había "congelamiento" de cuotas al momento de la adjudicación del vehículo, sino que todas las personas seguían pagando los incrementos o disminuciones que sufriera el automóvil.

Las formas de adjudicación eran las siguientes:

Sorteo: se rifaba el automóvil mensual por grupo entre las personas que se encontraban al corriente en sus pagos y que, obviamente, no habían recibido el vehículo.

Subasta: promesa de pago con un determinado número de mensualidades, condicionada a la adjudicación.

Puntaje: los puntos se acreditaban de la siguiente forma:

- 3 puntos para aquellas personas que pagaran antes de la fecha de vencimiento.
- 2 puntos para aquellas personas que pagaran dentro de los ocho días siguientes.
- 1 punto para aquellas personas que pagaran después de la fecha antes citada. Además no participaban en el evento de adjudicación y se le cobraban intereses moratorios.

A las personas que cancelaron o se les rescindiera el contrato se les penalizaba con dos mensualidades en el primer caso, y en el segundo con tres mensualidades.

En este periodo aparece la Ley Federal de Protección al Consumidor, indicando en su artículo 29 bis, la reglamentación de los sistemas de autofinanciamiento.

Después de una serie de propuestas, en el año de 1985, el sistema de autofinanciamiento quedó bajo las siguientes características:

- Plazos de operación no menores a 12 ni mayores de 60 meses.
- Número de integrantes es determinado con base en la multiplicación del plazo de operación por el factor que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor que es el 2.5.
- Se cobra porcentaje mensual respecto al valor de la unidad, que resulta de dividir el 100% del valor del bien entre el plazo de operación.
- Se cobra en concepto de gastos de administración; la cantidad es el 2% del valor de la unidad. La empresa debe bonificar al cliente la cuarta parte de todas las cuotas pagadas de gastos de administración y al término de la operación.
- Se cobra el concepto de IVA sobre gastos de administración.
- El cliente se compromete a adquirir un seguro de vida por saldos insolutos.
- Con las aportaciones mensuales se integra un fondo común del grupo, que es manejado a través de una sección fiduciaria en el banco asignado por la empresa autofinanciadora.
- El cliente paga una cuota de inscripción equivalente a 12 días de salario mínimo en el Distrito Federal y área metropolitana. Que será bonificada al momento de la adjudicación a valor vigente.⁷⁴

Los procedimientos de adjudicación son tres: sorteo, subasta y puntualidad de pagos y los eventos de adjudicación son mensuales. Las cuotas mensuales varían de acuerdo al valor de la unidad. Las cuotas se congelaban al momento de la adjudicación. Se forman grupos a nivel nacional.

Se forman grupos cerrados y la única forma de substituir a un integrante es a través de una cesión de derechos. Una vez que los integrantes que permanecieron en el sistema y pagaron sus mensualidades, se bonifica el 75% del remanente del grupo a todos los integrantes y el 2.5% a la empresa autofinanciadora.

Operan con legalidad bajo la supervisión de la Secretaría de Gobernación, la Secretaría de Economía y la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

Como se puede observar, en cada una de las etapas del autofinanciamiento se van dando características diferentes que han sido originadas por las diversas condiciones económicas del país, no obstante continúan presentándose dos constantes objetivos básicos: planes y cuotas accesibles para los consumidores y, por ende, un desplazamiento mayor de unidades.⁷⁵

2.2.1 BONOS DEL AHORRO NACIONAL.

El Patronato del Ahorro Nacional, conocido por sus iniciales como "PAHNAL" nace por decreto presidencial el 31 de diciembre de 1949 y entra en funciones el primer día hábil de septiembre de 1950, como un integrante del Sistema Financiero Mexicano. Fue creado como un organismo descentralizado del Gobierno Federal cuyo objetivo fue fomentar el hábito del ahorro entre las familias mexicanas. Es mejor conocido por su nombre comercial de "Bonos del Ahorro Nacional", como nos referiremos a él de ahora en adelante.

Bonos del Ahorro Nacional tenían como función principal la captación del ahorro y acerca sus

⁷⁴ Cfr. Rivera Soler, Fernando. Análisis de los contratos del llamado autofinanciamiento en materia inmobiliaria, Revista Nuevo Consultorio Fiscal, México, Distrito Federal, Año 10, número 174, año 1996.

⁷⁵ La anterior información fue obtenida de la AMAPSA, a través de su página en internet www.amapsa.com.mx y por medio de diversas entrevistas con el Presidente de la AMAPSA, Lic. Modesto Gutiérrez.

servicios a la población que por diversas circunstancias no tiene acceso a la banca comercial, entre otras razones porque:

- En su comunidad no hay bancos, o no los suficientes.
- No tiene la cantidad de dinero necesaria para abrir una cuenta en la banca comercial.
- Los intereses que los bancos ofrecen por el ahorro no resultan atractivos.
- En algunas cuentas bancarias, los retiros tienen un costo para el cuenta-habiente.
- Un banco no ofrece los mismos beneficios cuando los saldos son menores.

El PAHNAL estaba regido en su funcionamiento por:

- Ley Orgánica del Patronato del Ahorro Nacional (LOPAN)
- Estatuto Orgánico del Patronato del Ahorro Nacional, y
- Reglas de Operación que autoriza la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para las emisiones que haga.
- Y en lo no previsto, se rige por la legislación mercantil.

De conformidad con los artículos 2º y 3º de la Ley Orgánica del Patronato del Ahorro Nacional, la institución tenía por objeto el fomento del ahorro nacional en beneficio del desarrollo económico del país; realizando sus funciones de acuerdo a los objetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo y en especial al Programa Nacional de Financiamiento al Desarrollo.

El artículo 7º de la LOPAN, indicaba que las operaciones que realice con el público ahorrador, tienen la garantía incondicional de pago en efectivo del Gobierno Federal.

Estos Bonos eran emitidos por el Patronato del Ahorro Nacional, el cual era un Organismo descentralizado del Gobierno Federal (de acuerdo con lo previsto en el artículo 2º de la Ley Orgánica del Pahnal), dentro del sistema bancario (artículo 3º de la Ley de Instituciones de Crédito) cuyo objeto era el de fomentar el ahorro popular en beneficio del desarrollo económico del país, mediante los instrumentos de captación que el propio Patronato emitía (artículo 30 de la Ley Orgánica del Pahnal).

Las operaciones y servicios que realizaba este organismo se regían por su Ley Orgánica. En lo no previsto, por la legislación mercantil, usos y prácticas bancarias y mercantiles y por la legislación civil (art. 44 Ley Orgánica del Pahnal). Por otro lado, su organización y funcionamiento se rigen por su Estatuto Orgánico (art. 2º Estatuto Orgánico del Pahnal). La Ley Federal de las Entidades Paraestatales le será aplicable en las materias y asuntos que su ley específica no regule (art. 4º Ley Federal de las Entidades Paraestatales).

El Patronato, como organismo descentralizado integrante de la Administración Pública Paraestatal (art. 3º, fracción I Ley Orgánica de la Administración Pública Federal), se encontraba sectorizado bajo la coordinación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (art. 12 Ley Federal de las Entidades Paraestatales y Diario Oficial de la Federación del 13 de agosto de 1997).

Concepto

“Artículo 2o.- El Patronato del Ahorro Nacional es una entidad que forma parte del sistema financiero, y realiza sus funciones con sujeción a los objetivos y prioridades del Plan Nacional del Desarrollo y en especial del Programa Nacional de Financiamiento de Desarrollo, así como de acuerdo con los lineamientos, medidas y directrices que para tal efecto dicte la Secretaría de Hacienda y Crédito Público”.

Fundamento legal

Artículo 5o.-Para cumplimiento de su objeto el Patronato del Ahorro Nacional podrá;

- I. **Emitir Bonos del Ahorro Nacional**
- II. Emitir estampillas del Ahorro Nacional.
- III. Establecer planes de ahorro para la formación de capitales pagaderos a plazo.
- IV. Otorgar préstamos a los titulares de los Bonos del Ahorro Nacional y planes de ahorro hasta por el valor de rescate de los mismos.
- V. Recibir depósitos en administración o custodia o en garantía, por cuenta de terceros de los títulos que emita.
- VI. Constituir depósitos en el Banco de México y en instituciones de crédito.
- VII. Otorgar financiamiento a las instituciones de banca de desarrollo y a fondos y fideicomisos públicos de fomento.
- VIII. Practicar las operaciones de fideicomiso a que se refiere la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito y llevar a cabo mandatos y comisiones.
- IX. Adquirir los bienes muebles e inmuebles necesarios para la realización de su objeto.
- X. Las demás operaciones y Servicios de naturaleza análoga o conexas que autorice y regule la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Objeto social

El Patronato del Ahorro Nacional tendrá por objeto fomentar el ahorro nacional, mediante los instrumentos de captación que se establecen en esta Ley, en beneficio del desarrollo económico del país.

Como ya lo habíamos mencionado, el Patronato del Ahorro Nacional (PAHNAL) fue creado por decreto presidencial publicado el 31 de diciembre de 1949 en el Diario Oficial de la Federación. Inició sus funciones a partir de diciembre de 1950, con el objetivo de promover el hábito del ahorro entre la población mexicana. Dejó de operar el 31 de diciembre de 2001 para transformarse, a partir del 1 de enero de 2002, en el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, Sociedad Nacional de Crédito, Institución de Banca de Desarrollo (BANSEFI).

De conformidad con su Ley Orgánica, el Patronato del Ahorro Nacional, para cumplir con su objeto, podía entre otras cosas:

- Emitir Bonos del Ahorro Nacional;
- Establecer planes de ahorro, y;
- Recibir depósitos en administración o custodia o en garantía, por cuenta de terceros de los títulos emitidos.

Asimismo, la Ley del Ahorro Nacional, en su artículo 4º, señalaba que los Bonos del Ahorro Nacional eran títulos de crédito pagaderos a la vista a cargo del PAHNAL y que el propio PAHNAL ordenaría la impresión de bonos de las denominaciones autorizadas previamente por la SHCP, los que podrían ser de interés constante o creciente y redimibles a plazos de cinco a veinte años o de duración indefinida. La tasa de los intereses era fijada por el PAHNAL con autorización previa de la mencionada Secretaría de Hacienda y Crédito Público y podían expedirse nominativamente o al portador.

Los Bonos del Ahorro Nacional fueron creados en 1950 con el objeto de proporcionar a los pequeños ahorradores una forma de ahorro flexible, líquida y segura, con atractivos rendimientos.

El público en general conocía a la Institución por el nombre de su producto más publicitado, que era el **Bono del Ahorro Nacional**, debido a que todos los premios que se otorgaban por concepto

de concursos, promociones, rifas, etc., se entregaban a través de este documento, por ende, persiste hasta la fecha conocer a la entidad como Bonos del Ahorro Nacional.

Los primeros bonos salieron al mercado con la promesa de duplicar su valor al cabo de diez años. Ofrecían sorteos trimestrales con premios de diez veces el valor del título. Su rendimiento promedio era de 7.1773% anual libre de impuestos. Tenían liquidez inmediata, por lo que podían ser rescatados en cualquier momento. Estaban exentos de todo tipo de impuestos, incluso el de herencias y legados. Los titulares podían solicitar préstamos hasta por el 94% de su valor de rescate, pagando un interés de 9.5% anual sobre saldos insolutos. Sus denominaciones eran de \$12.50, \$25.00, \$250.00, \$500.00, \$2,500.00, \$5,000.00 y \$12,500.00.

Para ofrecer mayores ventajas, se ideó un sistema de venta con "Préstamo Automático" que consistía en adquirir el título mediante el pago de mensualidades que podían tener diferentes plazos de pago, desde un año hasta siete. El préstamo automático causaba un interés del 9.5% anual sobre saldos insolutos.

Otros bonos semejantes a los anteriores, pero con rendimientos del 5% y el 6% anual, fueron emitidos en 1951. Eran vendidos a su valor nominal pero podían ser cobrados mediante cupones que facilitaban el rescate parcial (y no total) del documento. Sus denominaciones eran de \$100, \$500, \$1,000, \$10,000 y \$100,000 pesos. Fueron retirados del mercado en 1968.

Existieron también otros bonos a los que se llamó de "Renta Perpetua". Se crearon mediante la celebración de un contrato de Fideicomiso de Administración, por el cual, el fideicomitente adquiría una cantidad determinada de bonos, que gracias a la conservación de los bonos generadores de interés, permitía que con los bonos rescatables se pagara la renta al fideicomisario (beneficiario del contrato); al término de los diez años se regresaba al fideicomitente su inversión original.

Paralelamente, existieron en el mercado los Bonos del Ahorro Escolar. Se lanzaron en 1951 y se retiraron en 1968. Promovían el ahorro entre los educandos mediante la emisión de estampillas de \$0.20 cada una, que el niño adhería en una cartilla especial con 50 casilleros. Estas a su vez se canjeaban por bonos de valor de \$10.00 pesos y hasta entonces empezaban a generar intereses a la tasa de 7.1773% anual en promedio durante 10 años (duplicaban su valor).

En julio de 1975 se autorizó al Patronato adicionar un nuevo elemento de comercialización al que se denominó "Beneficio Adicional". Este sistema permitía proteger al ahorrador en caso de fallecimiento, pagando a los beneficiarios cantidades variables con un límite máximo de \$100,000 pesos (a los bonos totalmente pagados) o por la diferencia por pagar en caso de que el ahorrador aún no concluyera su período de pagos.

Para 1977 se autorizó el lanzamiento del "TRIBONO", que en realidad consistía en el mismo documento pero con una tasa de rendimientos actualizada del 11.61% anual, lo que permitía la triplicación del valor del título al llegar a su vencimiento. Estos documentos también actualizaron la tasa sobre préstamos, fijándola en 6.37% semestral capitalizable.

En 1990 se lanzó al mercado el sistema "PRESTAHORRO" que permitía al ahorrador acceder a un crédito previa formación de un capital de ahorro durante uno o dos años. Los créditos podían ser para la adquisición de bienes de consumo duradero o préstamos hipotecarios. No tenía sorteos.

En 1991 se lanzó al mercado la Cuentahorro, en 1992 la Tandahorro y más tarde, los siguientes instrumentos actuales.

Los Bonos del Ahorro Nacional cuentan, entre otras, con las siguientes garantías:

- Incondicionalidad del Gobierno Federal de pagar en efectivo el valor nominal de los bonos a la fecha de su vencimiento, tratándose de valores de interés creciente;
- Incondicionalidad del Gobierno Federal de pagar en cualquier momento, en efectivo, los valores de rescate contenidos en los bonos;
- Incondicionalidad del Gobierno Federal de pagar en efectivo el valor nominal de los bonos, más intereses vencidos, en cualquier fecha posterior a la de su venta, tratándose de valores de interés constante.

Para cumplir con los compromisos del Gobierno Federal, en el sentido de pagar el valor de los bonos, el Banco de México, por cuenta del PAHNAL, atendía el pago de los bonos vencidos y sus intereses.

Los Bonos del Ahorro Nacional dejaron de colocarse en 1992, y para atender los requerimiento del público usuario de este producto se siguen ofreciendo los Contratos de Depósito de Títulos en Custodia y Administración (CODES), aun cuando entre el público en general se siguen conociendo como Bonos del Ahorro Nacional. Actualmente los CODES, siguen siendo utilizados para cubrir algunos premios por concursos y promociones.

Antecedentes de los codes (antes bonos del ahorro nacional)

Codes es el nombre actual de lo que fueron durante muchos años los Bonos del Ahorro Nacional, de los que han tomado algunas de sus características principales. El Patronato del Ahorro Nacional, PAHNAL, antecesor de BANSEFI, creó los Bonos del Ahorro Nacional en el año de 1950 y dejó de colocarlos en 1992. Durante más de cuatro décadas sirvieron para entregar los premios otorgados en todo tipo de concursos, promociones y rifas, y fueron el producto con más publicidad del Patronato del Ahorro Nacional. Tal fue su posicionamiento, que a nivel popular se conocía al Patronato del Ahorro Nacional con el nombre de Bonos del Ahorro Nacional o simplemente como Bonos. Es por ello que BANSEFI ha conservado ese nombre comercial, que tiene un reconocimiento entre millones de mexicanos.

En un principio, los Bonos del Ahorro Nacional duplicaban su valor a los 10 años. Uno de sus objetivos era que el público en general tuviera un instrumento de ahorro que le diera rendimientos atractivos, a la vez que fuera flexible y segura.

Características

El plazo de los Codes es indefinido. Su venta mínima es de \$5,000.00, pero no hay límite para su venta máxima. Los Codes tienen una denominación que va desde \$1,000.00 hasta \$50,000.00 y pueden ser nominativos o al portador.

Historia reciente

A principios de los noventa, Bonos del Ahorro Nacional modificó sus estrategias de comercialización; anteriormente se recibían los depósitos por medio de cobradores en el domicilio del ahorrador. El esquema actual, a través del establecimiento de sucursales, representa un sistema dinámico que permite a un segmento cada vez mayor de la población, controlar su sistema de ahorro sin intermediación alguna, pues es el mismo ahorrador quien acude directamente a una sucursal, donde abre su cuenta y realiza todas sus operaciones.

Esta modalidad de captación del ahorro le permitió a Bonos del Ahorro Nacional ubicarse en localidades donde no se contaba con este servicio, lo que trajo como resultado un incremento significativo en la captación de cuentas

La transformación del Patronato del Ahorro Nacional surge con la Ley de Ahorro y Crédito Popular y la Ley Orgánica del Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (Bansefi), mismas que fueron aprobadas por el Congreso en abril del 2001. La nueva regulación busca dar mayor seguridad jurídica a los que participamos en esta actividad, y al mismo tiempo permitirá que el Patronato del Ahorro Nacional, ahora Bansefi, pueda ofrecer más y mejores servicios, así como desarrollar nuevos productos.

Por otra parte, uno de los principales objetivos de estas leyes, es que al crear un banco como Bansefi sea factible atender a la población rural y urbana, que actualmente no tiene acceso a los servicios financieros formales. Se estima que en México, los bancos comerciales atienden al 35% de la población económicamente activa y el otro 65% carece de servicios financieros formales y es a este segmento al cual buscará atender Bansefi.

Asimismo, Bansefi ha celebrado un convenio con el Infonavit; dicho convenio tiene como finalidad facilitar los trámites para la obtención de un crédito para vivienda, lo cual le permitirá al trabajador obtener acceso directo al crédito del Infonavit, si ahorra en Bansefi una cantidad equivalente al 15% del monto máximo de crédito a que tenga derecho.

Es importante manifestar que en Bansefi existe una amplia gama de beneficios, mismos que se obtienen en el preciso momento de ahorrar en una cuenta de Bansefi: con tan sólo \$50.00 pesos, es factible comenzar a ahorrar; además, nuestros ahorradores podrán ganar las mejores y las más atractivas tasas de interés; por otro lado, Bansefi no cobra ningún tipo de cargos ni comisiones, y asimismo los ahorradores podrán participar en sorteos mensuales, en los que se podrán ganar atractivos premios en efectivo, y otro de los beneficios es que todo ahorrador que tenga por lo menos 6 meses ahorrando en Bansefi, tendrá derecho a una protección familiar en caso de fallecimiento, como un seguro de vida, el cual es totalmente gratuito.

Bonos del ahorro nacional

(Contrato de depósito de títulos en custodia y administración)

El artículo 4º de la Ley del Patronato del Ahorro Nacional, señalaba que los Bonos del Ahorro Nacional eran "*títulos de crédito que representan dinero que se puede hacer válido al cobrarlo en efectivo o abriendo una cuenta de ahorro*", sin embargo, esto era erróneo pues dichos bonos son, en realidad, contratos que traen aparejada ejecución. Este instrumento de ahorro que usted conoce como Bono del Ahorro Nacional, puede ser adquirido por personas físicas o morales. Generalmente son utilizados por empresas para pagar los premios correspondientes a concursos, incentivos, compensaciones, promociones, etc.

La inversión en este instrumento es con un mínimo de \$5,000. Los documentos se emiten al portador (sin un nombre en particular) o nominativos (a nombre de una persona en particular), la denominación mínima por documento es de \$1,000. Este instrumento no participa en sorteos y genera intereses desde la fecha de su emisión hasta la fecha en que son cobrados en las sucursales de la institución.

Ahorro previo para la vivienda

Bonos del Ahorro Nacional tiene firmado un convenio con el INFONAVIT para realizar ahorro previo para la adquisición de vivienda. A este plan tienen acceso todos los trabajadores de las empresas registradas el mencionado instituto.

Gracias a este servicio, se genera en las familias mexicanas el hábito del ahorro con dos propósitos principales: el primero es acumular el dinero suficiente para pagar el enganche de una vivienda de interés social y los gastos indirectos que esto genera, y el segundo objetivo, es crear los

antecedentes necesarios para probarse como sujeto de crédito.

El programa operará a través de la cuenta de ahorro denominada Cuentahorro, en la que el ahorrador solicitante podrá elegir el importe y la periodicidad de sus depósitos a fin de cumplir con sus objetivos.

Ventajas:

Están garantizados por el Gobierno Federal.

No hay comisiones (ni por emisiones de estados de cuenta, ni por consulta de saldos).

Participan en sorteos.

Desventajas:

Las sucursales o módulos no funcionan en red, es decir, sólo se puede depositar o retirar en la sucursal donde se tiene la cuenta.

No disponen de medios electrónicos para realizar operaciones.

Los bonos del ahorro nacional o CODES dejan de generar intereses a partir de la fecha de vencimiento aun cuando el importe de los mismos no sea retirado

Servicios adicionales que ofrece

Pago de transferencias desde EUA⁷⁶

2.2.2 LAS TANDAS.

Como una opción de ahorro que la mayoría de la gente llega a utilizar, las "tandas" como una "institución" dedicada al ahorro, clasificándose dentro de las instituciones no bancarias no reguladas, al lado de las cajas de ahorro o cajas populares.

"Este tipo de opción es una clase de intermediario financiero no bancario que surge para hacer llegar recursos crediticios a estratos de la población que, por no cumplir con la mayoría de los requisitos bancarios no pueden acceder al crédito o préstamo deseado".⁷⁷

Para este caso, los interesados que deseen obtener préstamos, primero deberán ingresar a estas instituciones con carácter de socios mediante la entrega de dinero. En el caso de las tandas y toda vez que se trata de instituciones no reguladas, se ingresa a través de una aportación de dinero que puede ser periódica (semanal, quincenal, mensual) entregada a los organizadores sin que necesariamente se expida recibo o documento alguno que ampare la operación.

Ingresar a una institución dedicada al ahorro, de las no reguladas, no ofrece certeza de su existencia, ya que en determinado momento podrán desaparecer provocando así desfallo a sus integrantes; su tratamiento legal es diferente y en ocasiones difícil de comprobar ante los tribunales.

Así, mientras los bancos reciben y otorgan recursos al público en general, los organismos no bancarios lo hacen únicamente con sus socios o integrantes. Otro aspecto importante a considerar lo es que si este tipo de instituciones de ahorro cae en un estado de insolvencia, ya sea por una mala administración o un aumento abrumador en su cartera vencida, será imposible resarcir los recursos a sus socios en caso de que éstos deseen salir.

En realidad la falta de hábito y necesidad de que sean otros quienes guarden el dinero, es el reflejo

⁷⁶ La información referida fue obtenida a través de la página de internet www.bansefi.com.mx, de los Bonos del Ahorro Nacional, antes denominada Patronato del Ahorro Nacional y hoy llamada BANSEFI.

⁷⁷ <http://www.cnbv.com.mx>

del mexicano que busca participar en tandas. El fenómeno de las tandas como método de ahorro tradicional en nuestro país, refleja desde la falta de compromiso para ahorrar y gastar menos, para mantener sanas las finanzas del hogar, hasta la necesidad de ser obligados a pagarle a otros.

Quienes depositan su confianza y dinero en los organizadores de las tandas, asumen un gran riesgo al guardar dinero sin un respaldo legal, además de que no habrá ningún tipo de ganancia extra. Esto habla de gente indisciplinada para ahorrar y lejos de representar una ayuda para todas las personas, benefician principalmente al individuo que la organiza y casi siempre la hace cuando necesita dinero para cubrir una urgencia y requiere reunir una cantidad a corto plazo.

El sistema de autofinanciamiento no puede equipararse al sistema piramidal de ahorro y tiene mayor semejanza con las llamadas tandas, en las que todos ponen la misma cantidad en forma periódica, con la posibilidad de recibir el importe total mediante la adjudicación de bienes en cualquier periodo de duración del contrato, pero en todo caso con la obligación de aportar la totalidad de las cuotas acordadas. Se diferencia de este sistema ya que existe un tercero que no participa en los beneficios, sino que solo administra los recursos y recibe por ello una contraprestación.

Las instituciones bancarias deben ofrecer sistemas de inversión atractivos y generadores de intereses para incentivar al mexicano a ahorrar. La tanda es una forma de ahorro que nació después de la Revolución Mexicana y a pesar de que informalmente ha ido tomando una fuerza, las instancias bancarias han tomado su esencia para ofrecer a la sociedad mecanismos que los impulsen a depositar su dinero con la diferencia de dar garantías legales y financieras.

Tras las crisis económicas vividas en México en los años 1982, 1987 y 1995, el concepto de tanda se ha fortalecido como un método de ahorro que, aunque por muchos no es bien visto, por el sector de la clase media y media baja, que representan el grueso poblacional, ha sido de una gran ayuda para sostener las necesidades cotidianas.

*"Una regla no escrita dice que por cada 5% que crezca el ahorro nacional, la economía crecerá en 1.0%; las tandas que nacieron de la sabiduría popular y hoy hasta en bancos se usan, bien podrían ser empleadas por todos, solo si ofrecen incentivos financieros, garantías y ganancias que podrían atraer hasta a la clase alta".*⁷⁸

Antonio Martínez, director del Área de Administración de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, afirmó que estas formas de economías familiares además de ser ilegales porque no pagan ningún tipo de impuesto y constantemente manejan y mueven dinero, no cuentan con un amparo jurídico.

*"Esta forma es utilizada solo por un sector que tiene muy arraigada la idiosincrasia de buscar que otros ahorren por él; para que esto sea provechoso para ellos, recomiendo que una vez reunido el capital compren productos y aparatos de primera necesidad y así se hagan de sus pertenencias".*⁷⁹

Para el administrador, la labor de toda las personas que entran en este sistema, deben utilizar adecuadamente los recursos que llegan a la casa sin que sientan debilidad por gastar todo el dinero acumulado; lo mejor es saber aprovechar el costo de la oportunidad y adquirir lo indispensable sin derrochar el capital.

"Lo mejor será siempre meter el dinero al banco, porque a pesar de que los intereses que genera son mínimos, algo que se reciba es bueno; una recomendación es que los últimos en recibir su

⁷⁸ <http://www.cnbv.com.mx>

⁷⁹ <http://www.cnbv.com.mx>

dinero se les entregará una compensación, porque el poder adquisitivo se pierde con el tiempo".⁸⁰

Este tipo de esquema le resulta atractivo al grueso de la población, en razón de que operan de manera similar a las ventas en redes o aviones. Un persona "invierte" algo de dinero en este "plan", entonces la única manera de obtener un beneficio es lograr que otras personas se integren y aporten la misma suma de dinero. Nunca existe un instrumento financiero en el que el dinero esté invertido; lo único que pasa es que el dinero fluye hacia el siguiente miembro de la "tanda" (el siguiente en recibir el dinero es pagado por los que están detrás de él y así sucesivamente).

Teóricamente el plan puede seguir para siempre, y cualquiera que se una podrá obtener dinero de él, pero en la práctica la única manera de que un nuevo inversionista obtenga ganancias, es que haya continuidad y puntualidad en las aportaciones que haga cada uno de los miembros de la "tanda".

La similitud que puede hallar el sistema de "tandas" con el autofinanciamiento, es que ambos son esquemas cerrados, es decir las personas que obtuvieron su beneficio se quedan hasta que los demás obtengan el suyo también. Mientras que en los esquemas abiertos los que obtienen su beneficio salen del plan y es necesario que otros "inversionistas" entren para que los precedentes puedan completar su ciclo y obtener su beneficio, pero a diferencia del autofinanciamiento, en las tandas, la única garantía es el grupo de conocidos con el cual se participa.

2.2.3 CAJAS DE AHORRO.

Hace alrededor de cincuenta años, en México se establecieron las primeras cajas populares de ahorro, cuyo común denominador era el de haber nacido a la sombra de alguna parroquia.

Las cajas de ahorro tienen su origen en los Montepíos que administraban las sacristías de diversas parroquias para tender necesidades económicas de sus fieles en cada comunidad, así como realizar obras y servicios de beneficio común, como la apertura de un pozo, la compra de grano para la siembra y, en términos generales, cualquier otra forma de acción que favoreciera a la comunidad en su conjunto. Con estos antecedentes, las cajas de ahorro se multiplicaron hasta llegar a formar verdaderas instituciones.

*"Una **caja de ahorro** es una organización económica social de personas que asocian dos objetivos principales: ahorrar y prestarse entre sí dinero con atractivas tasas de interés. En las operaciones que llevan a cabo las cajas de ahorro no existe un beneficiario único que obtenga ganancias de éstas. Los depósitos en ahorro y el otorgamiento de préstamos tienen bajas tasas de interés porque las transacciones se realizan entre socios y no necesariamente se persigue un fin de lucro. En una caja de ahorro no existen los usuarios, ni los clientes; todos los integrantes son socios, es por eso que comparten los riesgos de las operaciones"*.⁸¹

Aportación inicial o parte social: El depósito inicial que cada miembro de la sociedad o socio aporta a la caja de ahorro en un monto mínimo establecido, que varía de acuerdo con las políticas de cada organización. Este dinero constituye el capital de riesgo de la sociedad. Si alguna persona quiere retirarse de la sociedad, puede retirar sus depósitos junto con su primera aportación, pero si la caja llegara a quebrar, los socios no recuperan nada, ni el gobierno respalda sus ahorros, ni el capital invertido de inicio, ni otras aportaciones.⁸²

⁸⁰ <http://www.cnbv.com.mx>

⁸¹ <http://www.shcp.com.mx>

⁸² <http://www.cnbv.com.mx>

Las operaciones de las cajas de ahorro

Todas las operaciones que se realizan en estas organizaciones, se registran en una libreta llamada "*de ahorro*", y estas operaciones son:

- Ahorro. Los asociados deben dar sus aportaciones o ahorros, una al mes como mínimo, por la cantidad que cada uno decida y, generalmente, de acuerdo a su capacidad de ahorro.

Cada caja de ahorro otorga a sus socios un interés porcentual por la cantidad de dinero que ahorra.

- Préstamo. Para poder acceder a un préstamo, el socio deberá haber cumplido, como mínimo, con determinado número de meses de ahorro continuo y debió haber hecho su pago o aportación inicial. Estos préstamos están condicionados a las reservas con que cuente la caja en el momento de la solicitud del préstamo.

A pesar de llamarse préstamo, esta operación incluye un interés que deberá de pagar el socio que lo haya solicitado. Estos intereses son variables de acuerdo a cada caja. Dependiendo de las políticas y del capital con el que cuenta cada organización, los préstamos podrán ser del doble de la cantidad ahorrada, más de tres veces la aportación inicial. Además deberá presentar la garantía adicional de ser avalado por uno o dos de los socios.

Es importante señalar que en las cajas de ahorro no hay dueños ni clientes, ni responsables del dinero, todos los que pertenecen a estas agrupaciones son socios, y los préstamos otorgados dependen de lo que los otros socios hayan ahorrado.

Nadie en particular tiene la obligación de hacerse responsable del dinero ahorrado de los socios, ni de las aportaciones que cada uno hace. Si se piensa en pertenecer a este tipo de agrupaciones se debe considerar que, como socio, comparte las responsabilidades y debe confiar en que se haga una buena administración del dinero propio y del dinero de los demás. Esto es lo contrario de lo que ofrecen los bancos, donde se tiene la calidad de cliente, un usuario que tiene todos los derechos ante la ley para que alguien más cuide y se haga responsable del dinero. Si la caja de ahorro a la que se pertenece quiebra, o quien la administra hace malos manejos, no se puede recuperar el dinero.

Aunque existen varios tipos, las cajas de ahorro se dividen generalmente en: sociedades de ahorro y préstamo, cooperativas de ahorro y crédito y cajas solidarias.

1. ***"Sociedades de Ahorro y Préstamo.*** Conocidas como SAP, son cajas de ahorro que, según la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito, por la cantidad de dinero que manejan y por tener más de 500 socios, deben constituirse en sociedades anónimas".⁸³

Sólo pueden otorgar préstamos y aceptar depósitos de sus miembros. El monto de los créditos está siempre sujeto al dinero que se tenga depositado en la caja.

De todos los tipos de cajas de ahorro, las SAP – cuya mayor presencia está en los estados de San Luis Potosí, Querétaro y Guanajuato – son las únicas que cuentan con la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y su funcionamiento es supervisado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

2. ***"Cooperativas de Ahorro y Crédito.*** Este tipo de asociaciones no están supervisadas por ningún organismo gubernamental y por lo general no ofrecen ninguna garantía a sus socios. Son muy atractivas para muchas personas que desean formar un ahorro o recibir un préstamo,

⁸³ <http://www.cnbv.com.mx>

*porque prometen tasas de interés muy altas a quienes ahorran y los intereses que cobran por concepto de préstamo son muy bajos”.*⁸⁴

Normalmente se denominan por el nombre del estado en el que surgen, como la “Veracruzana”, la “Michoacana”, la “Vallarta”, etcétera, pero pueden tener otras denominaciones.

El 4 de agosto de 1994 se publicaron en el Diario Oficial de la Federación las modificaciones a la Ley General de Sociedades Cooperativas; en ellas se anuncia que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público emitirá las reglas de su operación.

3. **“Cajas Solidarias.** *Originadas como resultado del Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL), las cajas solidarias operan casi exclusivamente en el medio rural, se encuentran coordinadas por el Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales, organismo desconcentrado de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)”.*⁸⁵

Existen otras más como las Cajas de Ahorro Independientes, las cuales se dividen en lucrativas y no lucrativas. Las lucrativas se manifiestan como bancos informales que hacen préstamos a todo aquél que lo solicite, aunque no sea socio de la caja; las no lucrativas son de autoayuda y no están afiliadas a ninguna organización.

Por su parte, las cajas de ahorro operadas por las empresas y sindicatos sirven para dar un servicio a los empleados o agremiados. El propósito de estas cajas es la compra de bienes o servicios, por lo que las utilidades se dividen entre los socios en partes proporcionales.

Para obtener un préstamo:

Es necesario reunir los siguientes requisitos:

- Haber cumplido un ahorro mensual.
- Llenar una solicitud con datos verdaderos y comprobables.
- Una vez autorizado, se firma el contrato de préstamo.
- Firmar un pagaré en el que deberá aparecer la firma de un aval, de preferencia que sea un miembro de la misma caja de ahorro.⁸⁶

Sugerencias para proteger el ahorro:

- Conocer las bases que regulan la caja de ahorro.
- Informarse de los requisitos para obtener un préstamo.
- Preguntar a las personas responsables de la caja, dónde y cómo invierten el dinero.
- Acudir a las Asambleas Generales de la caja de ahorro para mantenerse informado.
- Estar al pendiente de los intereses que se pagan en la caja de ahorro, éstos deberán ser similares a los de otras cajas. En ningún medio se publica este tipo de información, por lo que se debe acudir personalmente a las oficinas de otras cajas para poder hacer comparaciones.
- Consultar sobre la experiencia que la organización ha tenido en el manejo del ahorro y los préstamos.
- Verificar que todos los socios participen en la toma de decisiones.
- Cerciorarse de que la sociedad informe periódicamente a los miembros acerca de la situación financiera.⁸⁷

⁸⁴ <http://www.cnbv.com.mx>

⁸⁵ <http://www.cnbv.com.mx>

⁸⁶ <http://www.shcp.com.mx>

⁸⁷ Instituciones no reguladas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores consultable en el sitio de ambas dependencias, www.cnbv.com.mx y www.shcp.gob.mx.

Obligaciones compartidas:

En una sociedad, todos tienen obligaciones, y las de una Caja de Ahorro son las siguientes:

- Cumplir con lo establecido en sus bases.
- Otorgar préstamos exclusivamente a sus socios.
- Recabar el ahorro de sus socios.
- Invertir el dinero recabado en instrumentos seguros con el mayor rendimiento.
- Tener a disposición de los socios sus inversiones de acuerdo con lo establecido en las bases.
- Rendir cuentas a los socios de los resultados económicos, financieros y sociales.

Las obligaciones, como socio, son:

- Pagar la aportación inicial o parte social conforme a lo establecido en cada caja de ahorro.
- Cumplir puntualmente con las aportaciones.
- Estar al tanto de todas las operaciones que realiza la caja de ahorro.

Actualmente, sólo 17 de más de 600 cajas populares y cooperativas de ahorro y crédito existentes en el país han comenzado el proceso de regularización que exige la Ley de Ahorro y Crédito Popular.

La nueva ley rige a las sociedades de ahorro popular, y entró en vigor a partir de mayo del año 2005 y antes de esa fecha las instituciones financieras deberán regularizar sus procesos y cumplir con la totalidad de requisitos que exige la norma.

Son aún muy pocas las instituciones que han regularizado su operación ante la entrada en vigor de esta nueva ley; esta medida servirá para evitar que continúen efectuándose los fraudes en contra de los ahorradores de supuestas cajas de ahorro.

Las medidas de protección que los ahorradores pueden contemplar para evitar ser afectados en su patrimonio por cajas de ahorro que operan sin ninguna regulación son relativamente sencillas y van desde la información de la fundación de la caja en cuestión hasta la forma en que manejan los recursos y su consejo administrativo.

La información administrativa y contable de una caja popular debe influir de una manera transparente por medio de asambleas anuales en las que se debe a conocer a los socios el estado que guarda la institución porque ellos son los dueños de la caja de ahorro. Sólo conociendo la manera en que se manejan los créditos y los fondos del organismo y con una participación constante de los afiliados se pueden aminorar y quizá evitar los fraudes.

Asimismo, de una manera paralela a la entrada en vigor de la nueva Ley de Ahorro y Crédito Popular, México está intentando una forma de cooperación económica internacional, que tiene como objeto el desarrollo y promoción de la idea de las cajas de ahorro a escala internacional, y una participación activa en organizaciones como el Instituto Mundial de Cajas de Ahorro, teniendo como segundo aspecto importante la creación de proyectos de asistencia técnica para organizaciones de cajas de ahorro en economías de transición.

Con este propósito, en 1992 se creó la Fundación de Cajas de Ahorro para la Cooperación Internacional (SBFIC) como entidad con independencia jurídica que ejecuta proyectos de asistencia técnica.

En el verano de 2000 tuvieron lugar las primeras conversaciones entre representantes del gobierno mexicano y del Grupo Financiero Alemán de Cajas de Ahorro, y ahí se manifestó la intención de reestructurar el sector de ahorro y crédito popular en México. Los funcionarios alemanes expresaron su intención de apoyar este proceso, y para ello se realizaron varios encuentros entre representantes de las cajas de ahorro de México y Alemania. Finalmente, en septiembre del año pasado se logró acordar un procedimiento conjunto para apoyar la reestructuración de ese sector en México por parte de la entidad bancaria alemana, el gobierno de la República Federal de Alemania y el Gobierno de México.

Por ello, la Fundación de las Cajas de Ahorro para la Cooperación Internacional, representados por Peter Langkamp, Director Gerente; Ni Claus Bergmann, Director de Proyectos y Hermann Rohrwasser, Asesor de la Federación de cajas de Ahorro de Baden – Württemberg; así como la Asociación de las cajas de Ahorro del Estado Federado de Baden – Württemberg y el Banco regional de Baden – Württemberg actúan como representantes de las cajas de ahorro alemanas, mientras el Patronato del Ahorro Nacional --ahora Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI) –, el Consejo Mexicano del Ahorro y Crédito Popular (COMACREP) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, representan la parte mexicana. Los contenidos de la cooperación comprenderán:

- Apoyo para establecer y mantener en operación asociaciones de cajas de ahorro en México.
- Apoyo para reestructurar y estabilizar las cajas de ahorro en México.
- El apoyo a la creación de servicios para cajas de ahorro ofrecidos por las asociaciones de cajas de ahorro y el banco central de las cajas de ahorro (BANSEFI).

2.2.4 AMORTIZACIÓN DE OBLIGACIONES.

Las obligaciones emitidas por las sociedades anónimas, se encuentran reguladas en los artículos 208 a 228 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, en los cuales se establecen en qué consisten, los tipos de obligaciones que se pueden emitir, requisitos que deben contener, los casos en que las sociedades anónimas pueden emitir obligaciones, las asambleas de obligacionistas, etcétera.

En el área financiera, amortizar significa: "*saldar gradualmente una deuda por medio de una serie de pagos que, generalmente, son iguales y que se realizan también a intervalos de tiempo iguales*".⁸⁸ Aunque esta igualdad de pagos y de periodicidad es lo más común, también se llevan a cabo operaciones con algunas variantes, y por ello, se analizan aquí algunas de estas situaciones.

Por otro lado, el concepto de "*fondo de amortización*" es el inverso del de amortización ya que en el primero la deuda a pagar es una cantidad en valor actual mientras que, en el caso de fondo se habla de una cantidad o deuda a pagar a futuro",⁸⁹ para lo cual se acumulan los pagos periódicos en un fondo con el objeto de tener en esa fecha futura la cantidad necesaria.

En forma breve y simplificada:

La amortización se refiere a la extinción, mediante pagos periódicos, de una deuda actual.

Los fondos de amortización son acumulación de pagos periódicos para liquidar una deuda futura.

Los pagos que se hacen para amortizar una deuda se aplican a cubrir los intereses y a reducir el importe de la deuda. Para visualizar mejor este proceso, resulta conveniente elaborar una tabla de amortización que muestre lo que sucede con los pagos, los intereses, la deuda, la amortización y el

⁸⁸ Díaz Mata A. y M. Aguilera Gómez. Matemáticas Financieras, 3ª edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 1997, p. 248.

⁸⁹ Ibidem. p. 250.

saldo.

"Un bono o una obligación es un documento de crédito emitido por un gobierno o una empresa privada, por el cual el emisor (prestatario) se obliga a cubrir al inversionista (prestamista) un principal en un periodo determinado, así como intereses sobre él, pagaderos en periodos regulares.

*Usualmente se aplica el término bono a los documentos emitidos por instituciones gubernamentales, en tanto que el término obligación se aplica a aquéllos que son suscritos por organizaciones privadas."*⁹⁰

Los **elementos esenciales de un bono u obligación** son:

Valor nominal o denominación

Es el valor consignado en el documento y constituye el capital o principal que el primer inversionista proporciona al emisor.

Tasa de interés

Es la tasa con la cual el emisor pagará intereses sobre el valor nominal del bono, en periodos regulares de tiempo y hasta la fecha de redención.

Fecha de redención

Es la fecha en la que el emisor se compromete a pagar el préstamo que está recibiendo. En el caso de los bonos con fecha opcional de redención, ésta queda a conveniencia del emisor.

Valor de redención

Es el valor que el emisor se obliga a entregar al tenedor del bono. Por lo general es igual al valor nominal del mismo y en tal caso se dice que el bono se redime con "premio" o con "descuento", y esto es especificado expresando que el bono se redimirá a un determinado porcentaje de su valor nominal, pero omitiendo la expresión "por ciento".

Cupones

Son pagarés adheridos al documento principal que garantizan el pago de los intereses periódicos pactados. Se entregan al emisor al efectuar el cobro.

Los bonos y obligaciones pueden ser comprados y vendidos en cualquier tiempo a través del mercado de valores, de acuerdo con el precio de mercado que en él se fija y que está en función de:

- La tasa de rendimiento deseada por el inversionista
- La tasa de interés pagada por el bono
- La tasa de interés vigente en el mercado de capitales
- El intervalo para el pago de intereses
- El valor de redención
- El tiempo que debe transcurrir hasta el vencimiento
- La solvencia del emisor

*"El precio de mercado así fijado podrá ser a la par, cuando sea igual al valor nominal del mismo, con premio, si se paga un sobreprecio por él, o con descuento, si se paga una cantidad menor a la expresada por dicho valor nominal".*⁹¹

⁹⁰ Perdomo Moreno, Abraham. Contabilidad de Sociedades Mercantiles, Ediciones Contables y Administrativas, 1ª edición, México, 1999, pp. 292, 293.

⁹¹ Ibidem. p. 295.

Precio en una fecha de pago de intereses

El inversionista que adquiere un bono en una fecha de pago de intereses o fecha de cupón, adquiere el derecho de recibir una serie de pagos de intereses con intervalos regulares, y el valor de redención del bono en la fecha de vencimiento. el precio que el inversionista pague por el bono será, por lo tanto, igual al valor actual de los intereses más el valor actual del valor de redención, descontados ambos a una tasa de interés que representa el rendimiento que desea obtener.

Compra con premio o descuento

Un bono es comprado con premio o descuento, según el caso, cuando es adquirido a un precio distinto del de su valor de redención.

Si el precio de compra es superior al de redención, se dice que el bono se adquirió con premio. El premio es igual al precio de compra menos al precio de redención. Si el precio de compra es menor que el precio de redención, se dice que el bono se adquirió con descuento. El descuento es igual al precio de redención menos el precio de compra. Cuando el precio de compra es igual al precio de redención, se dice que la compra se hace a la par.

Los datos que se observan en una tabla de amortización son los siguientes:

La suma de los pagos anuales es igual a la suma de los intereses mas la suma de las amortizaciones.

El saldo es igual al saldo anterior mas los intereses menos el pago.

La amortización es igual al pago menos los intereses. En cada periodo subsecuente cada vez va siendo mayor la parte del pago que se aplica a la amortización ya que, al mismo tiempo, también van disminuyendo tanto los intereses como el saldo. Se puede ver claramente cuánto es lo que resta por pagar al final de cada periodo: el saldo.

El valor del último pago se puede ajustar para que coincida exactamente al saldo de la deuda. Aunque el ajuste a veces puede ser de unos cuantos centavos, en casi todas las operaciones es necesario hacer lo debido a pequeñas diferencias ocasionadas por redondeo.

En la tabla de puede apreciar:

Los pagos: la cantidad que se paga en cada periodo y que en parte sirve para pagar los intereses correspondientes y en parte para amortizar el saldo de la deuda.

Las amortizaciones: la parte de cada pago (menos intereses) que se aplica a la reducción del saldo deudor.

En este sentido, se puede apreciar que las operaciones de amortización pueden implicar cuatro principales incógnitas, a saber:

- Importe de los pagos.
- El número de pagos.
- La tasa de interés.
- Los derechos adquiridos por el deudor y el saldo a favor del acreedor.

Para determinar el importe de los pagos en una amortización se requiere saber el monto de la deuda, el porcentaje de intereses a pagar, el plazo de pago y la periodicidad de los mismos.

Respecto de los derechos adquiridos, resulta fácil ver que, por ejemplo, en una compra - venta a crédito, después de que el deudor ha realizado algunos pagos, ha adquirido parcialmente el bien, mientras que el acreedor, al haber recibido esos pagos, ya no es propietario de todos los derechos sobre el bien sino sólo de una parte (el saldo a su favor). En general, en cualquier operación de amortización de una deuda, y en cualquier momento, lo podemos esquematizar de la siguiente manera:

Derechos del deudor + derechos del acreedor = valor de la operación

En este sentido, cabe señalar que existe también lo que se denomina como "Depósitos a un Fondo de Amortización", el cual se distingue porque "aquí la deuda que se va a amortizar se plantea a futuro y lo que se hace es constituir una reserva o fondo depositando determinadas cantidades (generalmente iguales y periódicas) en cuentas que devengan intereses, con el fin de acumular la cantidad o monto que permita pagar la deuda a su vencimiento".⁹²

Asimismo, es necesario establecer una comparación entre amortización y fondo de amortización: *"Cuando se amortiza una deuda, se hacen pagos periódicos y del importe de cada uno de ellos se liquidan los intereses causados hasta ese momento y el resto se aplica a la amortización o disminución del importe de la deuda. Por otro lado, bajo el concepto de fondo de amortización, el valor de la deuda está planteado a futuro y lo que se hace es realizar depósitos periódicos en alguna inversión, de manera que se acumule la cantidad necesaria al momento en que es necesario pagar".*⁹³

En este caso, puede suceder, entre otras combinaciones posibles, que los intereses causados por la deuda se incluyan en el valor a futuro que se le asigna o que se paguen por separado.

En resumen, amortizar es extinguir una deuda actual mediante pagos periódicos. Un fondo de amortización, es una reserva que se acumula mediante pagos periódicos con el objeto de extinguir una deuda futura. La renta de una anualidad es el pago periódico de una amortización o el depósito de un fondo de amortización. Las tablas de amortización y de fondo de amortización demuestran la forma en que se van modificando las condiciones de un periodo a otro.

Siempre es de especial importancia hacer un recorrido por el marco histórico de una figura que es de uso generalizado dentro de una sociedad, y en el caso particular del sistema de autofinanciamiento, cobra especial sentido ya que se ha convertido en el principal sistema para adquirir bienes o servicios en todo el país.

A pesar de que existe una creencia generalizada de que el autofinanciamiento surgió en Alemania, éste nace como un sistema y las empresas como entidades especializadas en su operación, en Brasil, como consecuencia de una crisis económica provocada por la exagerada inflación, siendo utilizado este sistema en un principio de forma casuística y esporádica y posteriormente de manera recurrente, ya que los comerciantes lo implementaron hasta que se manejó a nivel nacional.

Un punto importante del autofinanciamiento en México es el relativo a la regulación por parte del Estado, mismo que ha trasladado su manejo y operación de los particulares a los bancos y de éstos nuevamente a los particulares cambiando, junto con sus operadores, su naturaleza jurídica ya que, en un punto de su devenir histórico, fue considerado como una operación de crédito debido a que el operador era una institución de crédito.

Actualmente la naturaleza de la empresa y del sistema de autofinanciamiento no es tan clara ni

⁹² Díaz Mata A. y M. Aguilera Gómez. Ob. cit. p. 266.

⁹³ Pérez Cristóbal, Jesús. Lecciones de Régimen Fiscal de la Empresa, Centro de Estudios Financieros, Madrid, 1999, p. 167.

tan consistente como lo exigen los nuevos tiempos tan cambiantes e innovadores. Y para desentrañar esta cuestión en el siguiente capítulo analizaré el marco jurídico del autofinanciamiento.

CAPÍTULO TERCERO. MARCO JURÍDICO

3.1 FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL

3.2 CÓDIGO DE COMERCIO

3.3 LEGISLACIÓN ESPECIAL

3.3.1 NOM – 037 – SCFI – 1994

3.3.2 REGLAMENTO DE SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE GRUPOS DE CONSUMIDORES

3.3.3 NORMAS EMITIDAS POR LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES Y DEL BANCO DE MÉXICO

3.4 DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

3.4.1 LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

3.4.2 INSCRIPCIÓN AL REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

3.4.3 LEY FEDERAL DE JUEGOS Y SORTEOS

3.5 JURISPRUDENCIA

3.6 DERECHO COMPARADO

3.1 FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL.

El fundamento constitucional del sistema de comercialización consistente en la integración de grupos de consumidores, se encuentra en lo dispuesto por los artículos 5º y 25, 73, fracción X y 104 constitucionales, mismos que serán transcritos en su parte conducente para, posteriormente, explicar las razones por las cuales se traducen en el funcionamiento constitucional del sistema de autofinanciamiento.

Artículo 5º.- A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad solo podrá vedarse por determinación judicial o cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.

El artículo 25 constitucional dispone:

Artículo 25.- Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral, que fortalezca la soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución.

El Estado planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional y llevará a cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga esta Constitución.

Al desarrollo económico nacional concurrirán con responsabilidad social, el sector público, el sector social y el sector privado, sin menoscabo de otras formas de actividad económica que contribuyan al desarrollo de la nación.

La ley alentará y protegerá la actividad económica que realicen los particulares y proveerá condiciones para que el desenvolvimiento del sector privado contribuya al desarrollo económico nacional, en los términos de esta Constitución.

Respecto del artículo 5º, éste se trata de una garantía individual de orden personal, social y económico.

En un principio, cada quien se ocupaba únicamente de sus asuntos propios y familiares, y si prestaba o recibía colaboración de otros, sucedía así por meras razones de convivencia, sin que tal colaboración engendrara una relación económica.

Con el desarrollo económico surgieron las labores de producción y las de artesanías, que eran desempeñadas por los mismos granjeros o artesanos y sus familiares, quienes sólo en casos aislados ocupaban ayudantes u oficiales asalariados; el crecimiento de las ciudades y el de la población dio origen a los oficios que tenían sus respectivos talleres; también por este desarrollo surgió el comercio tanto urbano como interurbano o internacional, y aún el marítimo; así mismo, se produjo, aunque esporádicamente, el trabajo profesional remunerado y al fin sobrevino el trabajo industrial en talleres y fábricas de capitalistas que ellos mismos no trabajaban materialmente con las manos, sino que con su dinero aportaban los edificios, las maquinarias y las materias primas necesarias para la producción en cantidad considerable, que se obtiene por las actividades de los trabajadores que operan las máquinas bajo la dirección de técnicos que también son trabajadores, en tanto que los capitalistas dueños de las empresas atienden a la dirección financiera y comercial, aún cuando en estos aspectos también ocupan, a veces, a expertos pues en la actualidad tienen gran auge las profesiones científicas que se ejercen en servicio de empresarios y del Estado.

El artículo 5º de la Constitución, estatuye y garantiza la completa libertad de trabajo, sin distinguir por la clase de actividades en que se realice, pero con la expresa exigencia de que el trabajo sea lícito, ésta es la limitación genérica que abarca la licitud del trabajo, lo que obviamente se define por los medios empleados y por su finalidad, la cual se justifica por el resguardo de los intereses del público en general, pero además contiene limitaciones específicas: primero, los derechos de la sociedad pues todo trabajo que les ofenda puede ser prohibido por resolución gubernativa, motivada en una causa concreta y fundada en una ley o en un reglamento; segunda, los derechos de tercero, pues en cada caso particular, el trabajo que los ataque puede ser prohibido por resolución judicial, naturalmente motivada y fundada en la ley y; tercera, las prohibiciones permanentes o temporales, impuestas como penas públicas de inhabilitación de derechos o destitución o suspensión de empleo, por sentencia judicial.

La garantía protege no solamente el trabajo manual, sino también el profesional, el industrial y el comercial; éstos dos últimos no únicamente en cuanto a las actividades de los trabajadores, de los dependientes y de los gerentes o directores que presten sus servicios a una empresa, sino aún en cuanto al particular o a la sociedad a quien pertenezca la negociación comercial o industrial y que asume el carácter de patrón o capitalista, pues constitucionalmente también tiene derecho garantizado de dedicarse al comercio o industria que le acomode, lo que naturalmente incluye en estos casos, la organización de la empresa y la fundación del establecimiento comercial (oficinas, almacenes, despachos) o de la fábrica, así en su edificio como en su instalación de maquinarias y demás.

Ahora bien, por lo que respecta a las empresas de autofinanciamiento, a éstas les resulta aplicable el artículo 5º constitucional, en razón de que está dirigido a todos los individuos que integran la empresa, respetándose su libertad para ejercer el comercio de bienes muebles, inmuebles o la prestación de servicios, concentrándose en la empresa el ejercicio de una garantía individual consagrada por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, misma que le pertenece a varios individuos. Éstos, al ejercer libremente el comercio como su actividad habitual, constituyen una forma societaria de las previstas en la Ley General de Sociedades Mercantiles, dando vida a una empresa que forma parte del sector privado de la economía cuya regulación corre a cargo del Estado, de acuerdo con lo previsto en el artículo 25 constitucional.

Bajo esta regulación, las empresas de autofinanciamiento pertenecen al sector económico privado que queda sujeto a las modalidades dictadas por el Estado y que deberán mantener el respeto al interés público, desarrollándose a efecto de contribuir al desarrollo económico nacional.

De esta forma, las empresas de autofinanciamiento encuentran su fundamento constitucional de existencia al constituirse como entidades previstas en la ley (sociedades) correspondiendo a un área privada del desarrollo económico nacional; sin embargo su actividad está supeditada a la potestad estatal a efecto de lograr un desarrollo económico integral del país.

Respecto del artículo 73, fracción X de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, éste se refiere a las facultades del Congreso de la Unión, y que en lo tocante a nuestra materia son:

Artículo 73.- El Congreso tiene facultad:

X. Para legislar en toda la República sobre hidrocarburos, minería, industria cinematográfica, comercio, juegos con apuestas y sorteos, intermediación y servicios financieros, energía eléctrica y nuclear y para expedir las leyes de trabajo reglamentarias del artículo 123.

Respecto de este dispositivo solamente basta comentar que es claro que la materia de comercio es de carácter federal y que solamente compete al Congreso legislar en este reglón, por lo tanto la normatividad en materia de autofinanciamiento (al pertenecer al comercio) debe ser emitida por el Congreso de la Unión y no por las autoridades administrativas, como se detallará más adelante.

Finalmente el artículo 104, fracción I de nuestra Carta Magna, señala:

Artículo 104.- Corresponde a los tribunales de la Federación:

I. De todas las controversias del orden civil o criminal que se susciten sobre el cumplimiento y aplicación de leyes federales o de los tratados internacionales celebrados por el Estado Mexicano. Cuando dichas controversias sólo afecten intereses particulares, podrán conocer también de ellas, a elección del actor, los jueces y tribunales del orden común de los Estados y del Distrito Federal. Las sentencias de primera instancia podrán ser apelables ante el superior inmediato del juez que conozca del asunto en primer grado.

De igual forma, este dispositivo termina de confirmar la pertenencia de la materia de comercio, y por consecuencia del autofinanciamiento, a la competencia federal.

3.2 CÓDIGO DE COMERCIO.

En este apartado analizaremos, a la luz del Código de Comercio, la mercantilidad del contrato de autofinanciamiento, es decir, diremos si su mercantilidad deviene de la consideración que de ella haga la ley, por el carácter de las partes que en él intervienen, por el objeto material del contrato, o bien, por el objeto finalidad del mismo.

La legislación mercantil no conceptúa en dispositivo alguno a los contratos en particular, sin embargo, siguiendo el principio de supletoriedad establecido en el artículo 2º del Código de Comercio, debemos remitirnos a lo previsto en el artículo 1792 del Código Civil para el Distrito Federal donde se previene que: "Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones"; en este mismo sentido el artículo 1793 del mismo cuerpo legal, refiere que los contratos son los convenios que producen o transfieren obligaciones o derechos. Trasladando esta base civil a los contratos mercantiles diremos que los contratos mercantiles son la principal fuente de las obligaciones mercantiles, entendiendo por éstas el vínculo jurídico por el que una persona física o colectiva, está sujeta respecto de otra, a una prestación, un hecho o una abstención.

Para decir que el contrato mercantil genera obligaciones mercantiles, debemos atender al sujeto, al objeto y al propósito o finalidad, es decir, que los contratos, para considerarse como mercantiles, deben implicar que el acto jurídico que se realiza a través de ellos para calificarse como mercantil debe ser realizado por comerciantes, recaer sobre cosas que estén dentro del comercio y, el propósito debe ser de tráfico y especulación comercial; basta con que alguno de estos tres aspectos se presente, para que podamos calificar a un acto jurídico como mercantil, aún cuando pueden converger dos o los tres aspectos de mercantilidad.

Respecto del contrato de autofinanciamiento, éste en lo general, sigue las mismas reglas aplicables a los contratos mercantiles ya que en lo particular se rige por ordenamientos jurídicos específicos tales como el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores y las Normas Oficiales Mexicanas; así como por disposiciones complementarias como son las normas emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y el Banco de México por lo que se refiere a la constitución de los fideicomisos que administran el dinero que recibe la empresa de autofinanciamiento; la Ley Federal de Protección al Consumidor en lo que toca a la protección de los derechos de los integrantes de estos sistemas de comercialización llamados autofinanciamiento y, finalmente, la Ley Federal de Juegos y Sorteos, la cual regula los aspectos relativos a las formas de adjudicación mediante sorteos dentro de este sistema materia de estudio.

Ahora bien, el artículo 78 del Código de Comercio previene "En las convenciones mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que la validez del acto comercial dependa de la observancia de formalidades o requisitos determinados".

Sin embargo, al contrato de autofinanciamiento le es aplicable la excepción prevista por el mismo Código de Comercio, el cual en su artículo 79, señala:

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

Los contratos que con arreglo a este Código u otras leyes, deban reducirse a escritura o requieran formas o solemnidades necesarias para su eficacia;

II. Los contratos celebrados en país extranjero en que la ley exige escrituras, formas o solemnidades determinadas para su validez, aunque no las exija la ley mexicana.

En uno y otro caso, los contratos que no llenen las circunstancias respectivamente requeridas, no producirán obligación ni acción en juicio".

Tal excepción es aplicable en razón de que la normatividad regulatoria lo es la expresamente prevista en la Norma Oficial Mexicana NOM-143-SFCI-2000, denominada, Prácticas Comerciales – Elementos Normativos para los Sistemas de Comercialización consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores para la Adquisición de Bienes y Servicios (sistemas de Autofinanciamiento), en la cual se establece 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.

Por lo tanto, son aplicables para el contrato de autofinanciamiento, respecto del Código de Comercio, los artículos 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87 y 88, mismos que textualmente disponen:

Por lo que respecta a las empresas de autofinanciamiento, también cumplen con las disposiciones establecidas en el Código de Comercio, en la parte conducente de los artículos 1º al 76.

Acerca de la mercantilidad por los sujetos que intervienen, es un contrato mercantil en razón de que la empresa que presta este servicio de autofinanciamiento es considerada por el Código de Comercio, como comerciante; tal razonamiento se desprende de lo dispuesto en el artículo 3º del citado ordenamiento y que a la letra señala:

"Artículo 3º.- Se reputan en derecho comerciantes:

Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;

Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y,

Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio."

De la lectura del precepto anteriormente transcrito, podemos determinar que si bien es cierto que las personas que suscriben este tipo de contratos como consumidores o usuarios del sistema de autofinanciamiento pueden no ser en estricto derecho comerciantes (es decir que son personas que tiene otro tipo de actividades distintas al comercio en estricto sentido) también es cierto que, para la ley basta tener capacidad para contratar y de esta manera ser considerado como un sujeto que está realizando un acto de comercio y para ese solo acto se le considera comerciante, en igualdad de circunstancias que la empresa misma que le está prestando el servicio, lo cual le da el primer matiz de mercantilidad a este contrato. Es en esta tesitura que tenemos que ver a la otra parte que suscribe el contrato de autofinanciamiento, es decir, la persona que está prestando este servicio y nos encontramos que se trata de una empresa denominada de Autofinanciamiento, constituida como Sociedad Anónima (a cuyo análisis me referiré en el capítulo Cuarto de este trabajo) y que por encuadrar en los supuestos prescritos en el artículo 3º del Código de Comercio, legalmente son auténticos sujetos de derecho mercantil, es decir, comerciantes, cuya constitución jurídica es con arreglo a las leyes mercantiles (Ley General de Sociedades Mercantiles) así como su ocupación principal es la de realizar cualquiera de los actos de comercio que de manera enunciativa se encuentran determinados por las XXV fracciones del artículo 75 del Código de Comercio o por realizar cualquier otro acto de naturaleza análoga de los descritos en el Capítulo I, Título Primero, Libro Segundo, del ordenamiento en comento.

A este respecto, si considero al autofinanciamiento como "una técnica de comercialización que consiste en la integración de grupos de personas interesadas en adquirir un bien o un servicio descritos en un contrato por medio de aportaciones que forman un fondo común, permitiendo la adquisición de los mismos, los cuales se integrarán de acuerdo a los procedimientos de adjudicaciones que son sorteos, subastas, por calificación, por antigüedad, automática o adjudicación directa"; (cita al pie de página Gaceta Informativa Elaborada por SISTEFIN, México 1993, página 7) entonces esta definición contempla en su primer parte una técnica de comercialización, la que entendemos como los métodos y formas empleadas para realizar actos de comercio, los cuales de acuerdo con el Código de Comercio vigente y tratándose de las empresas de autofinanciamiento, serán:

"Artículo 75.- La Ley reputa actos de comercio:

I. Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimiento, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados;

II. Las compras y ventas, de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;

V. Las empresas de abastecimientos y suministros;

VII. Las empresas de fábricas y manufacturas;

XIII. Las operaciones de mediación en negocios mercantiles;

XIV. Las operaciones de bancos;

XVI. Los contratos de seguros de toda especie, siempre que sean hechos por empresas;

XXI. Las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil;”.

Como se puede observar, de la lectura de las fracciones transcritas del artículo 75 del Código de Comercio, el sistema de autofinanciamiento se perfila como un acto puramente de comercio, es decir, que su mercantilidad es dada por la calidad de los sujetos que en él intervienen así como por el tipo de actos que realizan, siendo éstos determinados por la propia legislación, lo cual le hace reunir ya tres aspectos determinantes de su mercantilidad, puesto que quienes celebran este contrato como realizadores del sistema de autofinanciamiento son comerciantes, en virtud de que realizan cualquiera de los actos que se encuentran enunciados en el precepto aludido, o bien, de los que se encuentran en el capítulo I del ordenamiento en comento, además de que están constituidos de acuerdo con la legislación mercantil, que les da vida jurídica como empresas para, finalmente, poder realizar los actos de comercio que les permite su naturaleza como entes regulados por el derecho mercantil constreñidos a un objeto social.

3.3 LEGISLACIÓN ESPECIAL.

3.3.1 NORMA OFICIAL MEXICANA.

Las Normas Oficiales Mexicanas se constituyen como el instrumento jurídico idóneo para la prosecución de dos objetivos principales: adecuar el marco regulador de la actividad económica nacional de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo y, como responsabilidad del Gobierno Federal, procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional ostenten la información comercial necesaria para que los consumidores y usuarios puedan tomar adecuadamente sus decisiones de comparar, usar y disfrutar plenamente los productos y servicios que adquieren.

Así, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece como su objeto, en materia de Normalización, certificación, acreditamiento y verificación, el de promover la concurrencia de los sectores público, privado, científico y de consumidores en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas.

La misma Ley Federal sobre Metrología y Normalización, en su articulado, señala lo que se debe entender por Norma Oficial Mexicana: “La regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40, que establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción y operación, así como aquellas relativas a la terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación”.

En este sentido es preciso distinguir entre la Norma Mexicana y la Norma o lineamiento internacional, a efecto de estar ciertos de cuándo se está ante una Norma Oficial Mexicana; por lo tanto debemos entender por Norma Mexicana “la que elabore un organismo nacional de normalización o la Secretaría, en los términos de esta Ley, que prevé para un uso común y repetido, reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje,

marcado o etiquetado"; y la Norma o Lineamiento Internacional se define como la norma, lineamiento o documento normativo que emite un organismo internacional de normalización u otro organismo internacional relacionado con la materia, reconocido por el gobierno mexicano en los términos del derecho internacional.

A cada dependencia le corresponde, según su ámbito de competencia, expedir normar oficiales mexicanas en las materias relacionadas con sus atribuciones y determinar su fecha de entrada en vigor; así como certificar, verificar e inspeccionar que los productos, procesos, métodos, instalaciones, servicios o actividades, cumplan con las normas oficiales mexicana.

Es así, como a la Secretaría de Economía por conducto de la Dirección General de Normas, de acuerdo a las atribuciones conferidas en el artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; le corresponde además, integrar el Programa Nacional de Normalización con las normas oficiales mexicanas que se pretendan elaborar anualmente; expedir las normas oficiales mexicanas a que se refiere el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; coordinarse con las demás dependencias para el adecuado cumplimiento de las disposiciones de la ley, con base en las atribuciones de cada dependencia, así como fungir como centro de información en materia de normalización y notificar las normas oficiales mexicanas conforme a lo dispuesto en los acuerdos y tratados internacionales de los que los Estados Unidos Mexicanos sea parte, para lo cual las dependencias deberán proporcionarle oportunamente la información necesaria.

Respecto de las normas oficiales mexicanas, cuya competencia es de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secretaría de Economía) a que se alude en el artículo 40 del ordenamiento precitado, y que resultan aplicables a los sistemas de autofinanciamiento, tienen como finalidad establecer las características y/o especificaciones que deban reunir los servicios cuando éstos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal, vegetal o el medio ambiente general y laboral o cuando se trate de la prestación de servicios de forma generalizada para el consumidor, la nomenclatura, expresiones, abreviaturas, símbolos, diagramas o dibujos que deberán emplearse en el lenguaje técnico industrial, comercial, de servicios o de comunicación; la descripción de emblemas, símbolos y contraseñas para fines de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; la determinación de la información comercial, sanitaria, ecológica, de calidad, seguridad e higiene y requisitos que deben cumplir las etiquetas, envases, embalajes y la publicidad de los productos y servicios para dar información al consumidor o usuario.

Las normas oficiales mexicanas deben cumplir con determinados rubros para serlo, tales como:

- La denominación de la norma y su clave o código, así como las finalidades de la misma.
- La identificación del producto, servicio, método, proceso, instalación o, en su caso, del objeto de la norma conforme a lo dispuesto en el artículo precedente.
- Las especificaciones y características que correspondan al producto, servicio, método, proceso, instalación o establecimientos que se establezcan en la norma en razón de su finalidad;
- Los métodos de prueba aplicables en relación con la norma y en su caso, los de muestreo;
- Los datos y demás información que deban contener los productos o, en su defecto, sus envases o empaques, así como el tamaño y características de las diversas indicaciones;
- El grado de concordancia con normas y lineamientos internacionales y con las normas

mexicanas tomadas como base para su elaboración;

- La bibliografía que corresponda a la norma;
- La mención de la o las dependencias que vigilarán el cumplimiento de las normas cuando exista concurrencia de competencias; y,
- Las otras menciones que se consideren convenientes para la debida comprensión y alcance de la norma.

Si bien corresponde a las dependencias elaborar los anteproyectos de normas oficiales mexicanas también lo es que deben someterlos a los comités consultivos nacionales de normalización, éstos con base en los anteproyectos elaborarán a su vez los proyectos de normas oficiales mexicanas.

Para verificar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas, existen las unidades de verificación, pero solamente en aquéllos campos o actividades para las que hubieren sido aprobadas por las dependencias competentes, los cuales deberán reconocer los dictámenes emitidos por las unidades de verificación y con base en ellos podrán actuar en los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y conforme a las respectivas atribuciones.

Las personas físicas o morales (jurídico colectivas) tendrán la obligación de proporcionar a las autoridades competentes los documentos, informes y datos que les requieran por escrito, así como las muestras de productos que les soliciten. Para efectos del control del cumplimiento con normas oficiales mexicanas, las dependencias podrán integrar sistemas de información, las dependencias deberán proporcionar a solicitud del secretario técnico de la Comisión Nacional de Normalización o de cualquier dependencia competente la información contenida en dichos sistemas y otorgar facilidades para su consulta por las partes interesadas.

Los gastos que se originen por las verificaciones por actos de evaluación de la conformidad, serán a cargo de la persona a quien se efectúe ésta. Si el producto o servicio no cumplen satisfactoriamente las especificaciones, la Secretaría o la dependencia competente, a petición del interesado, podrá autorizar se efectúe la verificación; ésta podrá efectuarse, a juicio de la dependencia y será a cargo del prestador de servicios que se originen. Si en esta segunda verificación se demostrare que el producto o el servicio cumple satisfactoriamente las especificaciones, se tendrá por desvirtuado el primer resultado; si no las cumple, por confirmado.

La dependencia encargada de vigilar el cumplimiento de la norma oficial mexicana será la encargada de aplicar sanciones administrativas, sin perjuicio de las sanciones establecidas en otros ordenamientos legales.

Las sanciones aplicables serán: multa, clausura temporal o definitiva que podrá ser parcial o total; arresto hasta por treinta y seis horas; suspensión o revocación de la autorización, aprobación o registro según corresponda; y, suspensión o cancelación del documento donde consten los resultados de la evaluación de la conformidad, así como de la autorización del uso de contraseñas y marcas registradas.

Las sanciones serán impuestas con base en las actas levantadas, en los resultados de las comprobaciones o verificaciones, en los datos que ostenten los productos, sus etiquetas, envases, o empaques en la omisión de los que deberían ostentar, en base a los documentos emitidos por las personas a que se refiere el artículo 84 de la ley o con base en cualquier otro elemento o circunstancia de la que se infiera en forma fehaciente infracción a la ley o demás disposiciones derivadas de ella. En todo caso las resoluciones en materia de sanciones deberán ser fundadas y motivadas y tomando en consideración el carácter intencional o no de la acción u omisión

constitutiva de la infracción; la gravedad que la infracción implique en relación con el comercio de productos o la prestación de servicios, así como el perjuicio ocasionado a los consumidores y las condiciones económicas del infractor; amén de que las sanciones que procedan de acuerdo a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización se impondrán sin perjuicio de las penas que correspondan a los delitos en que incurran los infractores.

Las personas afectadas por las resoluciones dictadas con fundamento en el ordenamiento precitado y disposiciones que de ella deriven, podrán interponer recurso de revisión en los términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Las entidades de acreditación y las personas acreditadas y aprobadas deberán resolver las reclamaciones que presenten los interesados, así como notificar al afectado su respuesta en un plazo no mayor de 10 días hábiles, con copia a las dependencias competentes.

Si el afectado no estuviere conforme con la respuesta emitida, podrá manifestarlo por escrito ante la dependencia que corresponda, acompañando los documentos en que se apoye. La dependencia remitirá copia a quien emitió la respuesta para que en un plazo no mayor a 5 días hábiles se le rinda un informe justificando su actuación. Del análisis del informe que rinda la entidad de acreditación o las personas acreditadas y aprobadas, la dependencia competente podrá requerir que reconsidere su actuación, o en su caso procederá a ampliar las sanciones que correspondan. De no rendirse el informe se presumirán ciertas las manifestaciones del afectado y la dependencia podrá solicitar que reconsidere su actuación. Las entidades de acreditación y las personas acreditadas deberán mantener a disposición de las dependencias competentes, las reclamaciones que se les presenten.

Las dependencias determinarán la entrada en vigor de cada norma oficial mexicana que expidan, la cual no podrá ser inferior a 60 días naturales después de la fecha de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Las dependencias competentes que expidan normas oficiales mexicanas en caso de emergencia, deberán publicar un aviso de cancelación en el Diario Oficial de la Federación, cuando la situación de emergencia haya cesado antes del término de su vigencia; o en su caso, publicarán un aviso de prórroga.

Respecto de los Sistemas de Comercialización consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores, se han emitido tres Normas Oficiales Mexicanas que los han regulado; la primera de ellas es la NOM-037-SCFI-1994, publicada en el Diario Oficial de la Federación con fecha 8 de julio de 1994; la segunda es la NOM-EM-006-SCFI-1999, con carácter de emergente, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de noviembre de 1999; y, la última de ellas es la NOM-143-SCFI-2000. Las dos primeras regulan los requisitos para los contratos de adhesión y la tercera es relativa a los Elementos Normativos para los Sistemas Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores para la Adquisición de Bienes y Servicios (denominados sistemas de Autofinanciamiento).

La clave o código relativo a las Prácticas Comerciales – Elementos Normativos para los Sistemas Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores para la Adquisición de Bienes y Servicios (autofinanciamiento) se integra de la siguiente manera:

NOM: Norma Oficial Mexicana

143: Número consecutivo de la norma, que le asigna el Comité Consultivo nacional que elaboró el proyecto.

SCFI: Siglas que indican el nombre de la dependencia que la expide.

2000: El año en que la Norma Mexicana es aprobada por el Comité Consultivo Nacional de

Normalización.

Esta clave o código de la NOM debe respetarse en cualquier notificación parcial a ella. La NOM debe incluir bibliografía de las normas o lineamientos internacionales, si existe concordancia con normas o lineamientos internacionales.

Si bien es cierto que la norma oficial mexicana que regula a los sistemas de autofinanciamiento establece mecanismos y procedimientos específicos, las empresas de autofinanciamiento (como destinatarias de la norma) pueden solicitar la autorización a la dependencia que expidió la norma (SECOFI) para utilizar procesos, mecanismos o procedimientos alternativos siempre que acompañe evidencia objetiva que comprueba que con la alternativa planteada se da cumplimiento a las finalidades de la norma respectiva, siendo el artículo 36 del Reglamento el que regula el procedimiento a seguir en el caso de solicitar la autorización para usar procedimientos alternativo.

NOM-037-SCFI-1994

La NOM – 037 – SCFI – 1994, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 8 de julio de 1994, denominada Requisitos para los Contratos de Adhesión de los Sistemas de Comercialización consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores, surgió de la necesidad imperiosa del Estado de regular la actividad desarrollada por las empresas de autofinanciamiento dentro del marco establecido por el Plan Nacional de Desarrollo, toda vez que el Estado es el rector de la economía nacional y considerando que, hasta la fecha de emisión de la NOM – 037 – SCFI – 1994, no se había señalado disposición alguna de manera específica, sólo genérica, respecto a las empresas de autofinanciamiento.

Relacionado con lo anterior, dicha NOM, reguló de manera particular lo relativo a procurar y garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional ostenten, la información necesaria para que los consumidores y usuarios pudiesen tomar adecuadamente sus decisiones de compra y uso.

Esta Norma Oficial Mexicana NOM – 037 – SCFI – 1994, tuvo como objetivo principal dar forma a los contratos de adhesión que se celebran con las empresas de autofinanciamiento, estableciendo los requisitos mínimos que deben contener los contratos de autofinanciamiento que realicen las empresas dedicadas a los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores. La NOM en comento, definió a los sistemas de autofinanciamiento, como aquellos sistemas de comercialización *"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 asignados a los consumidores bajo los procedimientos establecidos en el contrato de adhesión"*⁹⁴.

Y al contrato de adhesión, lo definió como *"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"*⁹⁵.

La NOM en comento, consideraba como formas de adjudicación al sorteo, la subasta y la adjudicación directa. Respecto a la aportación periódica y la cuota periódica total, se refiere simplemente a cantidades sin especificar si se refería a dinero o especie, especificación que ya tendrían las normas subsecuentes.

⁹⁴ Capítulo de Definiciones, punto 3.2 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 037 – SCFI – 1994, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 8 de julio de 1994, p. 1.

⁹⁵ Capítulo de Definiciones, punto 3.3 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 037 – SCFI – 1994, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 8 de julio de 1994, p. 1.

El adjudicatario era considerado solamente como el consumidor con derecho a recibir o que ha recibido el bien o la prestación del servicio; sin embargo, no contemplaba en absoluto al beneficiario y por lo tanto no establecía derecho alguno para él.

Respecto de los contratos, éstos debían cumplir con lo previsto en la NOM – 037 – SCFI – 1994, registrarse en la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, estar escrito en español, sin perjuicio de hacerlo en otro idioma, ser legible a simple vista y celebrarse en moneda nacional y cuando el bien o servicio se ofrezca normalmente en otra moneda, se puede contratar en moneda extranjera, con derecho a liquidar los pagos en moneda nacional.

La NOM – 037 – SCFI – 1994 en estudio, consignaba como obligaciones del proveedor (empresa de autofinanciamiento) la de regirse por la Ley Federal de Juegos y Sorteos cuando realizara sorteos para adjudicar bienes o servicios; entregar al consumidor un manual donde le diera a conocer las bases de funcionamiento del sistema de comercialización respectivo, ello antes de la firma del contrato de adhesión; especificar en el contrato la periodicidad de los pagos; fe de notario público respecto de las subastas más altas para el proceso de adjudicación; determinar los tipos de adjudicación que realicen los proveedores.

Cuando el proveedor realizara adjudicaciones, debía publicar periódicamente en por lo menos un periódico de circulación del lugar de que se trate los resultados de las adjudicaciones; calendarización de los actos de adjudicación y reuniones; y, en su caso, los resultados del orden secuencial del sorteo.

Ahora bien, la NOM – 037 – SCFI – 1994, determinó que el contrato de adhesión debía componerse de tres partes: una de elementos informativos, otra de elementos obligatorios y una de elementos accidentales.

La primera parte de elementos informativos, es de observancia obligatoria y debe contener:

- a) Nombre y domicilio del proveedor y del consumidor.
- b) Especificación y precio vigente del bien mueble, inmueble o servicio objeto del contrato de adhesión.
- c) La información desglosada de la cuota periódica total, indicando los factores de compensación, actualización y su forma de aplicación, costos por concepto de inscripción, seguro y todos aquellos costos en que el proveedor incurra y sean repercutidos al consumidor.
- d) Vigencia del contrato de adhesión y número de consumidores que componen el grupo.
- e) Penas convencionales máximas a que se hace acreedor el proveedor y el consumidor por incumplimiento de las obligaciones que se deriven del contrato de adhesión.
- f) Procedimiento y plazo para la liquidación de los grupos, el manejo de los remanentes derivados de las liquidaciones de los grupos, tiempos máximos para que el consumidor integrante del grupo tenga acceso a su parte proporcional; y cuando los consumidores previamente informados no soliciten su respectivo reintegro, determinar el uso y destino de los remanentes.
- g) La mecánica para renuncia, cesión de derechos, así como causas de rescisión del contrato de adhesión, y las consecuencias de cada una de ellas, determinando las obligaciones y derechos que correspondan a cada parte.
- h) La información sobre la compañía aseguradora y las características de los seguros que se contraten a favor del consumidor.
- i) El procedimiento que debe ser aplicado cuando el consumidor realice pagos por anticipado.

La segunda parte del contrato de adhesión se constituye de cláusulas textuales que deben contener los contratos de adhesión y que se traducen en la parte esencial y rectora del contrato, en razón de

que las cláusulas que se establezcan en él, no deben contraponerse a dichas cláusulas textuales, y que son relativas a la obligación del proveedor de adjudicar por grupo, dentro de la periodicidad pactada, a partir de la primera reunión de adjudicación, el bien o servicio objeto del contrato, entre los consumidores que se encuentren al corriente en el pago de sus cuotas periódicas totales a la fecha límite de pago, sin realizarse por subasta, teniéndose que hacer la adjudicación mínima. Asimismo, el proveedor debe entregar al adjudicado el bien o la prestación de servicio, dentro de los 25 días naturales posteriores al cumplimiento de las garantías y requisitos establecidos, en caso de no cumplir el proveedor, el consumidor puede optar por rescindir el contrato con la devolución del importe de las cuotas periódicas totales a valor presente descontando la parte devengada del seguro de vida y una pena convencional. O bien, el consumidor adjudicado puede esperar a que el proveedor entregue el bien o preste el servicio, absorbiendo los gastos generados, pagando como pena convencional intereses calculados sobre el importe total de las cuotas periódicas totales cubiertas.

Cualquier parte, puede dar por terminado el contrato sin responsabilidad alguna, dentro de los cinco días hábiles siguientes, contados a partir de la fecha de firma del contrato y el proveedor debe devolver lo que el consumidor haya pagado.

El proveedor debe contestar las dudas del consumidor por escrito y en un plazo máximo de 10 días naturales; así también, el proveedor debe contratar por cuenta del consumidor un seguro de vida e incapacidad total permanente a partir de la fecha del primer acto de adjudicación. El proveedor debe comunicar al consumidor la modificación de la cuota periódica total en un plazo de 30 días naturales y en caso de fallecimiento del consumidor debe adjudicar de manera directa a los beneficiarios de éste.

La rescisión del contrato podrá darse por parte del proveedor ante la falta de pago del consumidor, notificándolo por escrito al consumidor, devolviendo las aportaciones a valor histórico menos la cantidad que se fije como pena convencional, dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de terminación del contrato.

En el contrato de adhesión deberá precisarse de manera clara que el sistema de comercialización y las obligaciones contenidas en el contrato no están apoyadas ni respaldadas 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.

La tercera parte del contrato de adhesión, es relativa a las cláusulas que quiera incorporar el proveedor y que no deben contraponerse a las cláusulas del contrato de adhesión.

Por último, la NOM – 037 – SCFI – 1994, señalaba que la Procuraduría del Consumidor es la encargada de sancionar en caso de incumplimiento a lo dispuesto por la NOM, conforme a lo previsto por el Ley de Federal de Protección al Consumidor.

NOM-EM-006-SCFI-1999

Esta Norma Oficial Mexicana tiene como antecedente a la NOM – 037 – SCFI – 1994, publicada el 8 de julio de 1994 y como consecuente de ella, surgió la NOM-EM-006-SCFI-1999, Norma Oficial Mexicana de Emergencia, denominada “Prácticas Comerciales – Sistemas de Comercialización Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores – Requisitos de Información para los Contratos de Adhesión”.

En su considerando, la Norma explica:

- En las relaciones comerciales y jurídicas que se establecen entre algunos proveedores y

consumidores, que celebran contratos de adhesión para incluir a éstos en dichos sistemas de comercialización, se ha encontrado que implican que la publicidad e información proporcionada a los consumidores no sean claras y adecuadas en relación con las características del servicio comercial contratado, fundamentalmente en lo que se refiere al diseño y viabilidad financiera del sistema de comercialización.

- Existe confusión o desconocimiento de los consumidores acerca de la persona jurídica que legalmente está obligada a satisfacer las prestaciones que desean obtener al momento de suscribir el contrato de adhesión, por lo que es necesario, conveniente y oportuno para el interés de los consumidores, que se establezca claramente en este instrumento normativo, cuál es la persona jurídica obligada a satisfacer las prestaciones contratadas.
- En casos extremos, el consumidor considera que la institución fiduciaria o el Gobierno Federal son las personas jurídicas que están legalmente obligadas a responder por eventuales incumplimientos de las obligaciones, cuando en realidad los compromisos contractuales son totalmente asumidos por la empresa que ofrece el sistema de comercialización.
- La Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994, ha originado que muchos consumidores consideren que su integración en los sistemas de comercialización indicados no conlleva riesgo alguno, lo que necesariamente implica que al momento de celebrar el contrato de adhesión no tengan pleno conocimiento de las características y particularidades de la operación, así como del régimen jurídico aplicable a los derechos y obligaciones asumidos tanto por ellos como por los proveedores.

La nueva NOM-EM-006-SCFI-1999, entró en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación y canceló la anterior Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994, excepto en los siguientes casos:

Los proveedores que a la fecha de entrada en vigor de la nueva NOM administren sistemas de comercialización que operen grupos de consumidores:

- a) Completamente integrados y que hayan dado cumplimiento a lo establecido en la NOM anterior, continuarán operando dichos grupos hasta su conclusión bajo esa normatividad, sin que pueda realizarse la sustitución de consumidores que liquiden la operación anticipadamente, y
- b) Que aún no se hayan integrado completamente y que hayan dado cumplimiento a lo establecido en la NOM anterior, podrán terminar de incorporar consumidores a dichos grupos, sin que pueda realizarse la sustitución de consumidores, y administrarlos hasta su conclusión bajo la normatividad indicada anteriormente.

Objetivo de la NOM. La nueva Norma establece los elementos mínimos que deben contener los contratos de adhesión utilizados por las empresas que administran sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores. La NOM es de observancia general y obligatoria en el territorio nacional para todos aquellos proveedores que se dediquen a la administración.

NOM-143-SCFI-2000

Esta Norma Oficial Mexicana denominada *"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)"*⁹⁶, surgió como respuesta a la necesidad de perfeccionar el marco regulatorio del sistema de autofinanciamiento, en razón de que la NOM – 037 –SCFI – 1994, fue expedida con la finalidad primaria de regular el contenido de los contratos de adhesión que se realizan en los sistemas de autofinanciamiento; la NOM – EM – 006 – SCFI – 1999, se

⁹⁶ Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000.

expidió para regular la publicidad e información ofrecida por los proveedores en relación a las características del servicio comercial contratado así como para determinar que la responsabilidad del sistema de autofinanciamiento corre a cargo del proveedor. En razón de lo anterior, la NOM – 143 – SCFI – 2000, se expidió con el objeto de establecer las características de los sistemas para la adquisición de bienes y servicios, mediante la integración de grupos de consumidores, así como para la información que se debe proporcionar al consumidor y los elementos que debe contener el contrato de adhesión y que se utilizan para formalizar este tipo de operaciones.

La referida NOM – 143 – SCFI – 2000, es de observancia general y obligatoria, en territorio nacional para todos los proveedores y comercializadores de sistemas para la adquisición de bienes y servicios consistentes en la integración de grupos de consumidores.

Considera al procedimiento de adjudicación como el acto periódico mediante el cual se determina cual o cuales integrantes del grupo, que se mantienen 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 de adjudicación previstos en el contrato de adhesión. Y la Norma Oficial Mexicana en comento, considera como procedimientos de adjudicación⁹⁷:

- a) **Adjudicación Directa**, por medio de la cual el consumidor o beneficiario recibe el bien o servicio contratado, solamente si durante la vigencia del contrato de adhesión sufre de incapacidad permanente o fallece.
- b) **Antigüedad o Permanencia**, relativa a la fecha en que se contrató el sistema de autofinanciamiento.
- c) **Puntuación o puntaje**, que se refiere 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 esos pagos.
- d) **Sorteo**, es el procedimiento para obtener un resultado aleatorio o casual, mediante el cual se determine 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.
- e) **Subasta**, referente al procedimiento para adquirir un bien o servicio al integrante que ofrezca, a su grupo, el pago adelantado del mayor número de cuotas periódicas totales, menos el importe correspondiente al seguro de vida o incapacidad permanente total.

Dentro de los servicios, la Norma Oficial Mexicana en comento, considera que éstos son realizaciones de hechos a favor o en beneficio del consumidor, independientemente de que ello conlleve la transmisión de bienes muebles y/o el uso de bienes muebles o inmuebles, excluyéndose los servicios profesionales, laborales, financieros, así como los arrendamientos y demás servicios no considerados en la ley.

Por lo que respecta al consumidor, éste es 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:⁹⁸

- a) **Solicitante**: tiene tal calidad desde que firma el contrato de adhesión con el proveedor hasta que es integrado a un grupo de consumidores.

⁹⁷ Capítulo de Definiciones, puntos 3., 3.1, 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3, 3.1.4 y 3.1.5 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, p. 3.

⁹⁸ Capítulo de Definiciones, puntos 3.3, 3.3.1, 3.3.2, 3.3.3 y 3.3.4 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, p. 2.

- b) **Integrante:** a partir de que el proveedor lo incorpora a un grupo de consumidores, hasta que resulta adjudicatario.
- c) **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.
- d) **Adjudicado:** adquiere tal calidad cuando él o su beneficiario reciben el bien o servicio contratado, conforme a lo dispuesto en el contrato de adhesión respectivo.

Ahora bien, respecto del contrato de adhesión, éste es 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 del sistema de autofinanciamiento.

Parte importante del contrato de adhesión es la cuota periódica total,⁹⁹ que es el dinero que debe pagar el consumidor periódicamente, durante la vigencia del contrato y se compone de tres conceptos:

1. Aportación periódica.- constituida por el monto de dinero que debe pagar el consumidor a cuenta del precio del bien o servicio contratado.
2. Cuota de administración.- el dinero que paga el consumidor por los diversos actos que debe realizar el proveedor para la organización, administración y consecución de los fines del sistema de autofinanciamiento.
3. Costo de seguro de vida e incapacidad permanente total.- el 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.

Aunado a estos tres conceptos que son obligatorios, se pueden estipular otros conceptos como el pago de un **seguro de trabajo** en el que la aseguradora cubre las cuotas que debe pagar el consumidor durante 6 meses, en caso de que éste pierda su empleo.¹⁰⁰

Una parte medular del sistema de autofinanciamiento lo es el contrato de fideicomiso, conceptualizado por la Norma Oficial Mexicana en comento, como el 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. La institución de crédito con la cual se realiza el contrato de autofinanciamiento es la que recibe el pago de las cuotas periódicas totales.

En este renglón es necesario señalar que los consumidores presentan dudas respecto de quién es responsable del sistema de autofinanciamiento, en lo que al pago y manejo de cuotas se refiere, por lo que es preciso aclarar que, en este punto, el proveedor es responsable del sistema de autofinanciamiento y no la institución de crédito que funciona como fiduciaria, ello atendiendo a la definición que la Norma oficial mexicana en comento menciona:

“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.

⁹⁹ Capítulo de Definiciones, puntos 3.5, 3.5.1, 3.5.2, 3.5.3 y 3.5.4 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, pp. 4 y 5.

¹⁰⁰ Lo ofrece actualmente la empresa “tu casita hipotecaria”, información consultable en el sitio <http://www.amapsa.com.mx>.

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.

*Institución fiduciaria. A la institución que, conforme a las disposiciones legales aplicables, operan el fideicomiso o fideicomisos del sistema de autofinanciamiento*¹⁰¹.

La NOM – 143 – SCFI – 2000, hace la distinción entre “institución de crédito” e “institución fiduciaria”, la primera recibe las cuotas periódicas totales pagadas por los consumidores y la segunda opera el fideicomiso o fideicomisos del sistema de autofinanciamiento; esta distinción es importante en razón de que en México, “*hasta julio de 1993, sólo podrán operar en materia fiduciaria las instituciones de crédito (bancos). Por reformas de 23 de julio de 1993 (D.O.F. julio 23, 1993) a la Ley del Mercado de Valores, a la Ley de Instituciones de Fianzas (publicadas en el D.O.F. de 14 de julio de 1993), ya se permite, con algunas limitaciones, que las casas de bolsa y sociedades de seguros y fianzas actúen como fiduciarias*”¹⁰².

De lo anterior se desprende que no sólo los bancos, sino también las sociedades de seguros y fianzas, así como las casas de bolsa, pueden recibir los pagos por conceptos de cuotas periódicas totales de los consumidores y administrar esos recursos. Por lo tanto, la empresa, lo que hace es administrar el funcionamiento del sistema de autofinanciamiento, mas no el capital que aportan los consumidores; es la institución fiduciaria quien capta los recursos y la empresa entrega los bienes o servicios.

Ahora bien, también presenta confusión, por lo que respecta a su responsabilidad en el sistema de autofinanciamiento, es el **suministrador**, en razón de que el consumidor de los bienes o servicios es la persona jurídico colectiva que está legalmente obligada a responderle por eventuales incumplimientos de las obligaciones contraídas; por lo que en este sentido es menester aclarar que la norma oficial mexicana en comento, define al suministrador como 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. Por lo que las personas jurídico colectivas que están legalmente obligadas a responderle al consumidor, por eventuales incumplimientos de las obligaciones contraídas, son totalmente asumidos por la empresa que ofrece el sistema de autofinanciamiento.

En otro orden de ideas, la NOM – 143 – SCFI – 2000, establece que los sistemas de autofinanciamiento deben integrarse por grupos cerrados de menos 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.

El plazo del contrato de adhesión tratándose de bienes muebles nuevos o servicios no inmobiliarios no debe exceder de 5 años. Tratándose de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, el plazo no debe exceder de 20 años. Tratándose de bienes de valor heterogéneo, la diferencia entre el de menor valor y el de mayor valor no debe exceder de 300%.

El sistema de autofinanciamiento debe ser financieramente viable, avalado por el estudio actuarial en el cual se dictamine tal situación, mismo que debe realizarse por un profesional en la materia, ajeno al proveedor, considerando los términos y condiciones del contrato de adhesión; plan de negocios del proveedor, estadísticas del comportamiento del sistema en los últimos 5 años (sistema en operación); disposiciones jurídicas aplicables; descripción del sistema de autofinanciamiento; descripción del modelo utilizado; resultado de las proyecciones especificando el saldo esperado al

¹⁰¹ Capítulo de Definiciones, puntos 3.7, 3.10 y 3.11 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, p. 5.

¹⁰² Acosta Romero, Miguel y Pablo Roberto Almazán Alaniz, Tratado Teórico Práctico de Fideicomiso, 4ª edición, Editorial Porrúa, México, 2002, p. 61.

final de cada mes, para todo el plazo del contrato; cuantificación de los requerimientos de fondos propios del proveedor para cubrir posibles déficits; descripción de las condiciones o requerimientos externos e internos que debe cubrir el proveedor para garantizar la viabilidad financiera del sistema; y, fecha de realización.

El estudio actuarial que garantiza la viabilidad financiera del sistema de autofinanciamiento debe actualizarse y elaborarse anualmente, proporcionándose versiones completas de dicho estudio actuarial a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, dentro de los 90 días naturales posteriores al cierre del ejercicio fiscal correspondiente. Cuando se hagan modificaciones al contrato de adhesión, también debe actualizarse el estudio actuarial.

Por otra parte en el punto 4.6 de la multicitada norma oficial mexicana¹⁰³, se precisa de manera clara que el proveedor es responsable por el incumplimiento de sus obligaciones contenidas en el contrato de adhesión, aún cuando la promoción y comercialización del sistema de autofinanciamiento se realice a través de comisionistas o terceras personas. Asimismo se prohíbe establecer cualquier relación patrimonial entre grupos del sistema de autofinanciamiento.

Por lo que respecta al contrato de adhesión¹⁰⁴, éste debe:

- Estar escrito en español, con caracteres legibles a simple vista, en caso de estar escrito en otro idioma, el proveedor debe demostrar que se trata de una traducción fiel que realizó un perito en la materia;
- Registrado ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor;
- Establecer pagos en moneda nacional o en otra moneda siempre que se especifique en el contrato y se consigne el derecho del consumidor para realizar el pago en moneda nacional;
- Descripción de la operación en sus términos y condiciones;
- Contener el nombre, denominación, razón social y domicilio del proveedor y del consumidor;
- Objeto del contrato de adhesión; especificando la denominación del plan de autofinanciamiento en su caso, el número de consumidores que integran el grupo y plazo o vigencia, número de grupo y de integrante; especificación y precio actual del bien o servicio, señalando el factor de actualización y pagos que debe realizar el consumidor, comprendiendo dentro de éstos la cuota de inscripción y los impuestos generados por este concepto; cuota periódica total; periodicidad; plazos máximos; e instituciones bancarias para pagar la cuota periódica total;
- Respecto de los actos de adjudicación, debe precisarse la frecuencia, los procedimientos que se utilizan, 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; en su caso, el procedimiento para que el adjudicatario elija al suministrador del bien o servicio contratado; procedimiento para que el adjudicatario sustituya el bien o servicio, cuando éste lo decida o no esté disponible en la fecha en que debe entregarse; requisitos que el adjudicatario debe cubrir para recibir el bien o servicio contratado y procedimiento para realizar pagos anticipados.
- Plazo y procedimiento para la liquidación del grupo, así como las 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 los cobre.
- Procedimiento para que el integrante realice la cesión de derechos del contrato de adhesión, y en su caso, los costos que implica.
- El proveedor contratará, por cuenta y nombre del consumidor, cuando éste sea persona física, un seguro de vida e incapacidad permanente total, 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 debe ser cubrir las cuotas periódicas totales con

¹⁰³ Capítulo de Disposiciones Generales, punto 4.6 de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, p. 8.

¹⁰⁴ Capítulo Del Contrato de Adhesión, punto 6. de la Norma Oficial Mexicana, NOM – 143 – SCFI – 2000, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 19 de septiembre de 2000, p. 12.

vencimiento posterior a la fecha en que ocurra el siniestro. Dicho seguro deberá 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 incapacidad permanente total o fallezca durante la vigencia del contrato de adhesión, se estará a lo siguiente:
 - Surtirá efecto la adjudicación directa a favor del integrante o de sus beneficiarios, señalados en el contrato de adhesión;
 - 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.

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

El Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores,¹⁰⁵ tiene como finalidad proveer en la esfera administrativa la exacta observancia de lo dispuesto por los artículos 1º, 19, 24 y 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, a través de sus nueve artículos y tres transitorios.

Su objeto es regular los sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, dándole competencia a la Procuraduría Federal del Consumidor acerca de la aplicación, vigilancia y sanción de las disposiciones del citado reglamento, sin perjuicio de las facultades que le corresponden a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), y delimita la competencia de la Secretaría de Gobernación dándole intervención sólo en materia de sorteos.

Reitera que la naturaleza de las empresas que administran un sistema de comercialización, debe ser una sociedad mercantil y que los contratos celebrados por éstas deben sujetarse a lo dispuesto por la Norma Oficial Mexicana expedida por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía).

Asimismo, en sus artículos 5º, 7º y 9º, precisa el procedimiento a través del cual se pueden poner en práctica los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, toda vez que para ello es necesario que medie notificación previa a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), misma que recibirá las notificaciones que hayan sido elaboradas por escrito, señalando que la persona moral que notifica es una sociedad mercantil que presente 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 Federal de Protección al Consumidor; 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: I) 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, II) 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; 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; tratándose de bienes inmuebles incluir copia certificada de las garantías que, en su caso se constituyan; y, copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación del sistema de comercialización.

¹⁰⁵ Publicado en el Diario Oficial de la Federación del 17 de mayo de 1994 y emitido por el entonces presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.

Cuando una misma sociedad mercantil administre o pretenda administrar más de un sistema de comercialización, deberá notificar esta circunstancia a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), notificando el inicio de operaciones de cada sistema, cumpliendo solo con elaborarla por escrito, incluir copia certificada del convenio de suministro o compromiso de abasto que haya celebrado la sociedad mercantil, ratificándolo a su vencimiento, o bien, cumplir con la copia certificada de las garantías que en su caso se constituyan y copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación de cada sistema de comercialización, tratándose de bienes inmuebles.

La falta de presentación de la documentación requerida por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), da 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 se imponga de acuerdo a la Ley Federal de Protección al Consumidor, consistente en hasta dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal o en su caso la responsabilidad civil o penal en que incurra la empresa.

La documentación a que se refiere, consiste en el acta constitutiva de la persona moral y de las modificaciones posteriores, en su caso, donde establezca que el objeto social es la comercialización de bienes y servicios; 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; tratándose de bienes inmuebles, incluir copia certificada de las garantías que, en su caso se constituyan.

El incumplimiento de su elaboración por escrito, no señalar que la persona que se notifica es una sociedad mercantil o no anexar copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación del sistema de comercialización, y si es el caso en que una misma sociedad mercantil administre o pretenda administrar más de un sistema de comercialización, darán lugar a la aplicación de sanciones hasta por dos mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal y en su caso la responsabilidad civil o penal en que incurra la empresa.

3.3.3 NORMAS EMITIDAS POR LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES Y DEL BANCO DE MÉXICO.

Las Normas emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y del Banco de México, son aplicables al sistema de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, únicamente respecto a las instituciones de crédito que administran el dinero que es captado por dicho sistema, ya que todas las aportaciones de los usuarios se integran en un fideicomiso que está regulado y supervisado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores¹⁰⁶ y por el Banco de México, aunque sí resulta oportuno aclarar que, a este respecto, las empresas comercializadoras sí deben cumplir con algunas obligaciones que se prevén en las mismas reglas emitidas por el Banco de México y que serán analizadas a detalle en el punto relativo a las empresas de autofinanciamiento, en el capítulo cuarto de este trabajo.

En este sentido, las reglas emitidas por el Banco de México, están dirigidas a las instituciones de crédito, a través de circulares, en lo tocante al desempeño de los fideicomisos a través de los cuales se administran los fondos constituidos por las cuotas aportadas por los consumidores.

Estas reglas emitidas por el Banco de México, se contemplan en la circular 2019/95, en el punto

¹⁰⁶ A este respecto es oportuno aclarar que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, solamente emite reglas específicas aplicables a las instituciones de crédito sin especificar algo relativo a los fideicomisos constituidos en materia de autofinanciamiento.

M.3¹⁰⁷, relativa a servicios de las instituciones de crédito, en donde se regulan los fideicomisos, mandatos y comisiones. Asimismo, en dicho ordenamiento se establece que las reglas contenidas en ella son de observancia obligatoria cuando la institución de crédito desempeñe un fideicomiso para el otorgamiento de crédito.

Bajo esta misma línea, las instituciones de crédito que desempeñen fideicomisos en los que se administren sumas de dinero que aporten periódicamente grupos de consumidores integrados mediante sistemas de comercialización destinados a la adquisición de bienes muebles nuevos y/o prestación de servicios no inmobiliarios en términos el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor a las que se refiere el punto M.31.12.7 de la regla en cita, se ubican en la situación de excepción prevista en el punto M.31.12, toda vez que no están obligadas a realizar un depósito en efectivo sin interés en el Banco de México, por el cincuenta por ciento de los mismos, en una cuenta especial que al efecto lleva el Banco de México.

Asimismo, el punto M.31.16.1, de la circular 2019/95, señala que la finalidad exclusiva de los fideicomisos en los que se administren sumas de dinero que aporten periódicamente grupos de consumidores integrados mediante sistemas de comercialización, será la administración de los recursos de consumidores para la adquisición de bienes muebles nuevos y/o la prestación de servicios no inmobiliarios, amén de que tales fideicomisos deberán administrar únicamente los recursos de un solo grupo de consumidores.

Dentro de la regulación que hace el Banco de México a través de esta circular 2019/95, se prevé que, en el fideicomiso, se establecerá que el fideicomitente deberá cuidar que se guarde congruencia entre el plazo de los financiamientos y la vida útil del bien que se financie, tomando en cuenta la depreciación del mismo por el transcurso de tiempo, e independientemente de los acuerdos que celebren las instituciones fiduciarias con las empresas comercializadoras, respecto a la manera en que se llevarán a cabo los registros contables por cada uno de los participantes de los esquemas respectivos, conforme a lo dispuesto en el artículo 79 de la Ley de Instituciones de Crédito, será responsabilidad de cada institución, en su carácter de fiduciaria, la existencia, veracidad, actualidad y control de los datos asentados en la contabilidad y de que ésta se lleve a través de registros que permitan identificar a los consumidores de que se trate, debiendo llevarse registros por cada consumidor, que reflejen las aportaciones realizadas por cada uno de ellos, con especificación de los rendimientos que se generen, para su adecuada integración y/o presentación ante las autoridades competentes que se lo requieran.

Un representante que designe la institución fiduciaria, deberá asistir a las sesiones del comité técnico de cada fideicomiso, con el objeto de verificar que los recursos aportados se destinen a los fines establecidos en los contratos en los que se instrumentan las operaciones respectivas, y se cumplan con las disposiciones emitidas por el Banco de México.

Por su parte, será responsabilidad de la institución fiduciaria guardar constancia fehaciente de que cada entrega de recursos se encuentra respaldada con la correspondiente recepción de la documentación que acredite el cumplimiento de cualquiera de los fines establecidos en el contrato de fideicomiso respectivo, y en consecuencia, en los contratos que se celebraron con cada participante de que se trate.

Cuando por cualquier motivo se extinga total o parcialmente el fideicomiso de que se trate, o bien, se rescinda la operación, deberán entregarse los recursos existentes, en su caso, exclusivamente a los fideicomisarios correspondientes, o bien, a sus beneficiarios, en proporción al monto de sus aportaciones más los accesorios financieros que conforme al contrato deban recibir.

¹⁰⁷ Ahora únicamente consultable en la página de Internet del Banco de México www.bm.gob.mx, en razón de que la Biblioteca de dicho organismo fue cerrada.

En caso de extinción total del fideicomiso, y una vez cumplidas todas las obligaciones asumidas con motivo de su operación, - incluyendo la devolución de las aportaciones y sus accesorios financieros-, los saldos existentes deberán entregarse a la o las personas que se designen al efecto en los contratos de fideicomiso respectivos.

3.4 DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS.

3.4.1 LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene como objetivo principal promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica de las relaciones entre proveedores y consumidores, correspondiendo a la Procuraduría Federal del Consumidor, ser la encargada de vigilar se cumpla con lo dispuesto en la propia ley y sancionar su incumplimiento, sin embargo, la PROFECO promueve el hecho de que sea el propio consumidor quien ejerza su propia defensa, por ello existe la Ley Federal de Protección al Consumidor que deriva de los principios establecidos en el artículo 28 constitucional, cuyo objeto es garantizar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo.

En realidad, la Ley Federal de Protección al Consumidor, de manera particular sólo en 5 artículos, del 63 al 63 QUINTUS, rige al Sistema de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores; cabe mencionar que los artículos 63 bis al 63 quintus, surgieron debido a la reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, misma que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación con fecha 4 de febrero del 2004; dichos dispositivos prevén:

ARTÍCULO 63.- Los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero, únicamente podrán operar para efectos de adquisición de bienes determinados o determinables, sean muebles nuevos o inmuebles destinados a la habitación o a su uso como locales comerciales, en los términos que señale el reglamento respectivo, y sólo podrán ponerse en práctica previa autorización de la Secretaría.

La Secretaría podrá autorizar, en su caso, que estos sistemas de comercialización tengan por objeto los servicios de construcción, remodelación y ampliación de inmuebles, cuando se demuestre que las condiciones del mercado así lo ameriten y que se garanticen los derechos e intereses de los consumidores. Tratándose de esta autorización, no operará la afirmativa ficta.

El plazo de operación de los sistemas de comercialización no podrá ser mayor a cinco años para bienes muebles y de quince años para bienes inmuebles.

La Secretaría otorgará la autorización para la operación de los referidos sistemas de comercialización, que en todos los casos será intransmisible, cuando se cumplan con los siguientes requisitos:

I. Que el solicitante sea una persona moral mexicana constituida como sociedad anónima de conformidad con la legislación aplicable, y que tenga por objeto social únicamente la operación y administración de sistemas de comercialización a que se refiere el presente artículo; así como las actividades necesarias para su adecuado desempeño;

II. Que el solicitante acredite su capacidad administrativa, además de la viabilidad económica, financiera y operativa del sistema, en términos de los criterios que fije la Secretaría;

III. Que el o los contratos de adhesión que pretenda utilizar el solicitante contengan disposiciones que salvaguarden los derechos de los consumidores, en los términos de esta ley y del reglamento correspondiente;

IV. Que el solicitante presente a la Secretaría un plan general de funcionamiento del sistema y un proyecto de manual que detalle los procedimientos de operación del sistema, a efecto de que dicha dependencia cuente con los elementos suficientes para otorgar, en su caso, la autorización;

V. Que el solicitante presente mecanismos para el cumplimiento de sus obligaciones como administrador del sistema respecto de la operación de cada grupo, en los términos que prevea el reglamento, y

VI. Los demás que determine el reglamento.

Una vez que el solicitante obtenga la autorización a que se refiere este precepto, y antes de comenzar a operar el o los sistemas de comercialización de que se trate, deberá solicitar el registro del o los contratos de adhesión correspondientes ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

El reglamento detallará y precisará aspectos tales como características de los bienes y servicios que puedan ser objeto de los referidos sistemas de comercialización; el contenido mínimo de contratos de adhesión; características, constitución y, en su caso, autorización y liquidación de grupos de consumidores; plazos de operación de los sistemas; determinación de aportaciones y tipos de cuotas y cuentas; adjudicaciones y asignaciones; gastos de administración, costos, penas convencionales, devoluciones e intereses que deben cubrir los consumidores; manejo de los recursos por parte de los mencionados proveedores; rescisión y cancelación de contratos; constitución de garantías, seguros y cobranza; revisión o supervisión de la operación de los mencionados sistemas por parte de terceros especialistas o auditores externos; características de la información que los proveedores deban proporcionar al consumidor, a las autoridades competentes y a los auditores externos; y criterios sobre la publicidad dirigida a los consumidores.

ARTÍCULO 63 BIS.- En la operación de los sistemas de comercialización a que se refiere el artículo anterior, queda prohibida la comercialización de bienes que no estén determinados o no sean determinables; la constitución de grupos cuyos contratos de adhesión no venzan en la misma fecha; considerando como fecha de vencimiento a la de liquidación del grupo de que se trate; la constitución de grupos en los que se comercialicen bienes distintos o destinados a un uso diferente; la transferencia de recursos o financiamiento de cualquier tipo, ya sea de un grupo de consumidores a otro, o a terceros; la fusión de grupos de consumidores y la reubicación de consumidores de un grupo a otro; así como cualquier otro acto que contravenga lo dispuesto en esta ley y el reglamento respectivo, o que pretenda eludir su cumplimiento.

Cualquier cantidad que deba ser cubierta por los consumidores, deberá estar plenamente identificada y relacionada con el concepto que le haya dado origen, debiendo destinarse exclusivamente al pago de los conceptos que correspondan, conforme a lo dispuesto en el propio reglamento.

No podrán participar en la administración, dirección y control de sociedades que administren los sistemas de comercialización:

I. Las personas que tengan litigio civil o mercantil en contra del proveedor de que se trate;

II. Las personas condenadas mediante sentencia ejecutoriada por delito intencional que merezca pena corporal, o que estén inhabilitadas para desempeñar empleo, cargo o comisión en el sistema financiero;

III. Los quebrados y concursados que no hubieren sido rehabilitados, y

IV. Los terceros especialistas o auditores externos y las personas que realicen funciones de dictaminación, de inspección o vigilancia de los proveedores.

ARTÍCULO 63 TER.- Las sociedades que administren los sistemas de comercialización a que se refiere el artículo 63, tendrán el carácter de proveedores en términos de lo dispuesto por el artículo 2 de esta ley. El proveedor será responsable de que el consumidor reciba el bien contratado en el plazo y conforme a las condiciones establecidas en el contrato de adhesión respectivo, debiendo responder del incumplimiento de cualquier cláusula contractual. El proveedor no podrá cobrar al consumidor penalización alguna si éste se retira del grupo por cualquier incumplimiento imputable a aquél.

La Procuraduría podrá determinar que uno o varios proveedores suspendan de manera temporal la celebración de nuevos contratos con los consumidores, cuando el o los proveedores hubieren incurrido de manera grave o reiterada en violaciones a las disposiciones que correspondan, sin perjuicio de las sanciones que resulten aplicables. No obstante lo anterior, durante el tiempo en que subsista la suspensión mencionada, el o los proveedores deberán continuar operando los sistemas de comercialización cumpliendo las obligaciones asumidas con los consumidores, de conformidad con las disposiciones respectivas.

ARTÍCULO 63 QUATER.- Serán causas de revocación de la autorización otorgada al proveedor, las siguientes:

I. No iniciar operaciones dentro del plazo de seis meses a partir del otorgamiento de la autorización correspondiente, o la suspensión de operaciones sin causa justificada por un periodo superior a seis meses;

II. La realización de actividades contrarias a la ley, al reglamento y a las demás disposiciones aplicables, así como la no observancia de las condiciones conforme a las cuales se haya otorgado la autorización;

III. La omisión de la presentación de información que le requieran la Secretaría, la Procuraduría o los auditores que correspondan, o que la que presenten sea falsa, imprecisa o incompleta;

IV. El indebido o inoportuno registro contable de las operaciones que haya efectuado el proveedor respecto de cada uno de los grupos constituidos, o por incumplimiento de sus obligaciones fiscales;

V. La pérdida de la capacidad administrativa del proveedor para cumplir con sus obligaciones, así como por la pérdida de la viabilidad económica, financiera y operativa del sistema, y

VI. Por cambio de objeto social, liquidación, concurso mercantil o disolución del proveedor.

Cuando la Procuraduría detecte que el proveedor ha incurrido en alguna de las causas de revocación previstas en este artículo, lo hará del conocimiento de la Secretaría.

Para los efectos de lo dispuesto por este precepto, la Secretaría notificará al proveedor la causal de revocación en la que éste hubiere incurrido, a fin de que éste manifieste lo que a su derecho convenga, en un plazo de cinco días hábiles. En caso de que la resolución definitiva que se emita determine la revocación de la autorización, el proveedor pondrá a la sociedad correspondiente en estado de disolución y liquidación sin necesidad de acuerdo de la asamblea de accionistas.

Salvo por lo previsto en el presente ordenamiento, la disolución y liquidación de la sociedad deberán realizarse de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

En el caso de decretarse la revocación a que se refiere este artículo, el proveedor deberá establecer los mecanismos y procedimientos que le permitan llevar a cabo la liquidación de los grupos existentes, así como cumplir con las obligaciones contraídas con los consumidores.

ARTÍCULO 63 QUINTUS.- La Secretaría y la Procuraduría, en el ámbito de sus competencias, verificarán el cumplimiento de esta ley, del reglamento y de las demás disposiciones aplicables. Asimismo, supervisarán la operación de los sistemas de comercialización a que se refiere este precepto, pudiendo requerir para ello información y documentación a los proveedores, así como establecer las medidas preventivas y correctivas que correspondan. De igual manera, supervisarán el proceso de liquidación de grupos a que se refiere el artículo anterior, salvaguardando, en el ámbito de su competencia, los intereses de los consumidores.

Los proveedores estarán obligados a contratar terceros especialistas o auditores externos para efecto de revisar el funcionamiento de los sistemas respectivos. Dichos especialistas o auditores externos deberán contar con la autorización de la Secretaría en los términos que señale el reglamento y su actividad estará sujeta a las reglas que este último contenga. Los especialistas o auditores externos deberán entregar a la Secretaría y a la Procuraduría la información que éstas les requieran.

La Procuraduría podrá sancionar a los especialistas o auditores externos que no cumplan con las obligaciones que les fije el reglamento, conforme a lo dispuesto en el artículo 128 de esta ley, sin perjuicio de las demás acciones legales que correspondan. Asimismo, la Procuraduría podrá solicitar a la Secretaría la revocación de la autorización que ésta les hubiere otorgado.

3.4.2 INSCRIPCIÓN AL REGISTRO PÚBLICO DE CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR.

La autora Soyla León Tovar, considera que: *"la inscripción ante la Procuraduría Federal del Consumidor es un elemento formal de este contrato, ya que debe otorgarse por escrito y satisfacer las formalidades previstas por la Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI – 2000 sobre este sistema de comercialización"*¹⁰⁸. La Ley Federal de Protección al Consumidor señala en su artículo 87, que en el caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ésta se limitará a verificar que los métodos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de dicha ley y emitirá resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro.

A este respecto cabe precisar que la Procuraduría Federal del Consumidor, a través de su Dirección General Jurídica Consultiva, dependiente de la Subprocuraduría Jurídica, tiene a su cargo el registro Público de Contratos de Adhesión, en el cual se lleva a cabo la inscripción de los contratos de adhesión que van a utilizar todos los diversos proveedores que operan en la República Mexicana.

Un contrato de adhesión es un documento elaborado unilateralmente por el proveedor en el que establece los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio. Para que sea válido, sus cláusulas deben ser legibles a simple vista y estar redactadas en idioma español.

La Secretaría de Economía, mediante las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), puede sujetar los contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor, la cual verifica que no contengan cláusulas abusivas o lesivas a los intereses de los consumidores.

¹⁰⁸ León Tovar, Soyla H. Ob. cit., p. 66 y 666.

Cualquier tipo de contrato puede registrarse en forma voluntaria, si bien las siguientes legislaciones obligan al proveedor a hacerlo en ciertos casos:

El artículo 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor previene que la Procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

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;

El artículo 12 del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, señala dentro de las atribuciones del Subprocurador Jurídico:

VII. Coordinar el funcionamiento del Registro Público de Contratos de Adhesión;

Asimismo, en el artículo 16, se previene que, al frente de cada una de las Delegaciones habrá un Delegado, quien será nombrado y removido por el Procurador, y el cual será auxiliado para el despacho de los asuntos de su competencia por los servidores públicos que determine el Procurador. Las Delegaciones no tendrán limitaciones respecto a la competencia por cuantía o por territorio de los asuntos que conozcan. Son atribuciones de los Delegados:

XIX. Recibir y tramitar los contratos de adhesión que le sean presentados por proveedores, notificar a los interesados las modificaciones que deberán realizar al modelo de contrato presentado, así como en su caso, la inscripción del mismo en el Registro Público de Contratos de Adhesión, y vigilar su cumplimiento;

Así también en el Estatuto Orgánico de la Procuraduría Federal del Consumidor, en el artículo 12, se establece que la Dirección General Jurídica Consultiva tiene las siguientes atribuciones:

VI.- Analizar y, en su caso, aprobar los proyectos de contratos de adhesión que presenten los proveedores, e inscribirlos en el Registro Público de Contratos de Adhesión.

Contratos de Adhesión de Registro Obligatorio ante PROFECO:

Autofinanciamiento - (NOM-143-SCFI-2000)

El procedimiento para registrar un contrato de Adhesión ante la Procuraduría Federal del Consumidor es el siguiente:

La Procuraduría Federal del Consumidor, a través de la Dirección General Jurídica Consultiva, proporciona a los proveedores el Formato de Solicitud de Registro¹⁰⁹. El proveedor presenta la solicitud acompañada del Registro Federal de Contribuyentes, el contrato que se desea registrar por triplicado, la documentación necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, o en su caso, aquella con la que se acredite el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas, acta constitutiva y poder notarial, así como los anexos que señalan el Reglamento del artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor denominado Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores¹¹⁰ y la Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000¹¹¹, Prácticas Comerciales – elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (autofinanciamiento).

¹⁰⁹ Diario Oficial de la Federación del 27 de noviembre de 2000.

¹¹⁰ Diario Oficial de la Federación del 17 de mayo de 1994.

¹¹¹ Diario Oficial de la Federación del 19 de septiembre de 2002.

La Dirección General Jurídico Consultiva, integra el expediente con toda la documentación que acredita el cumplimiento del proveedor con la normatividad, incluyendo el modelo de contrato y el manual que la norma especifica, identificando al proveedor por su nombre, razón o denominación social.

Se procede al análisis del proyecto de contrato y dentro de los 30 días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro, como lo establece el artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se verifica que dichos instrumentos se ajusten a lo dispuesto por la Ley y la NOM-143-SCFI-2000, para proceder a emitir la resolución correspondiente, y en su caso inscribir en el Registro Público de Contratos de Adhesión, el modelo de contrato, otorgándole los datos registrales.

Por otra parte, el fundamento jurídico para efectuar el trámite de registro se encuentra contenido en el Capítulo X de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual establece las disposiciones relativas a la figura del contrato de adhesión y al registro de éstos ante la Procuraduría Federal del Consumidor; particularmente en los artículos 86 y 88 se distingue, por un lado, la solicitud de registro de contrato de adhesión de forma voluntaria por parte de los proveedores; y por otro, la petición de registro de los contratos derivada de la obligación impuesta por la propia Ley, o las Normas Oficiales Mexicanas (como ocurre en el caso del autofinanciamiento) asimismo, el artículo 87 refiere lo relativo a la tramitación de registro de contratos.

En cuanto a la documentación necesaria para llevar a cabo el registro, los proveedores que administran sistemas de integración de grupos de consumidores, comúnmente llamado "autofinanciamiento", tienen la obligación de satisfacer los requisitos siguientes:

- Presentar la solicitud de registro de contratos de adhesión.
- Registro Federal de Contribuyentes.
- Contrato que se desea registrar por triplicado.
- Documentación necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, o en su caso, aquella con la que se acredite el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas.
- Acta constitutiva.
- Poder notarial.
- Anexos que señala el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, los cuales son:
 - Notificación a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), misma que deberá realizarse en los siguientes términos:
 - + Presentarse por escrito.
 - + Acreditar si la persona jurídico colectiva que notifica está constituida como sociedad mercantil.
 - + Presentar copia certificada o documento expedido por fedatario público de los siguientes documentos:
 - Acta constitutiva de la persona jurídico colectiva y de modificaciones posteriores en su caso, en donde se establezca que el objeto social es la comercialización de bienes y servicios (artículo 63 de la Ley federal de Protección al Consumidor).
 - Poder que acredite la personalidad del representante legal.
 - Contrato de fideicomiso que al efecto haya celebrado la persona jurídico colectiva que señalará:
 - a) 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.
 - b) Que la aplicación de recursos se hará efectiva y 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.
- c) 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. d) Tratándose de bienes inmuebles, incluir copia certificada de las garantías que en su caso se constituyan. e) Copia del manual o instructivo que establezca la mecánica de operación del sistema de comercialización.
- Cumplir con la NOM-143-SCFI-2000.

3.4.3 LEY FEDERAL DE JUEGOS Y SORTEOS.

Los procedimientos de autofinanciamiento, por lo que respecta a los sorteos, son vigilados por la Secretaría de Gobernación, rigiéndose por la Ley Federal de Juegos y Sorteos¹¹². Resultando aplicable respecto de la materia de autofinanciamiento, los artículos 2º y 3º de dicho ordenamiento, mismos que disponen:

"Artículo 2.- Sólo podrán permitirse:

El juego de ajedrez, el de damas y otros semejantes; el de dominó, de dados, de boliche, de bolos y de billar, el de pelota en todas sus formas y denominaciones; las carreras de personas, de vehículos y de animales, y en general toda clase de deportes.

Los sorteos.

Los juegos no señalados se considerarán como prohibidos para los efectos de esta ley".

"ARTÍCULO 3.- Corresponde al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación, la reglamentación, autorización, control y vigilancia de los juegos cuando en ellos medien apuestas de cualquier clase, así como de los sorteos, con excepción del de la Lotería Nacional, que se registrará por su propia Ley".

3.5 JURISPRUDENCIA.

Novena Epoca Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito

Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta

Tomo: IX, Mayo de 1999

Tesis: I.7o.C.25 C

Página: 1035

Materia: Civil Tesis aislada.

LITISCONSORCIO PASIVO NECESARIO, CUANDO UN TERCERO DA LA POSESIÓN DEL BIEN MATERIA DE UN CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO, SE PRESENTA EL.

En el caso del cumplimiento de un contrato de autofinanciamiento, en que se demanda el otorgamiento y firma de la escritura pública correspondiente, si se advierte que intervino un tercero en la entrega de la posesión del inmueble en litigio, se da el litisconsorcio pasivo necesario, porque es indispensable llamar a juicio a quien otorgó la posesión, ya que se le debe dar oportunidad de hacer valer las defensas que estime pertinentes, al encontrarse vinculados todos los participantes en esa relación jurídica que dio origen a la acción intentada, dada la necesidad legal de determinar a cargo de quién y en qué medida corresponden las obligaciones derivadas del contrato, cuyo cumplimiento se demanda, y por ende, le para perjuicio a dicho tercero la sentencia que se dicte,

¹¹² Este ordenamiento consta de 17 artículos y 5 artículos transitorios, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 31 de diciembre de 1947.

en virtud de sus efectos para los que intervinieron con base en el mencionado acto contractual, puesto que sólo debe haber una sentencia para todos ellos, resultándoles el carácter de litisconsortes. SÉPTIMO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 12547/98. Hilda Santos Mendoza. 18 de febrero de 1999. Unanimidad de votos. Ponente: Adolfo Olguín García. Secretaria: Lilia Rodríguez González. Amparo directo 11197/98. María de la Luz Reyes Crisóstomo. 12 de marzo de 1999. Unanimidad de votos. Ponente: Mercedes Rodarte Magdaleno, secretaria de tribunal autorizada por el Consejo de la Judicatura Federal para desempeñar las funciones de Magistrada.

Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito
Fuente: Semanario Judicial de la Federación
Parte : 169-174 Sexta Parte
Tesis:
Página: 147

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. ES INCOMPETENTE CUANDO EL VENDEDOR NO DESARROLLA ACTIVIDADES DE PRODUCCION O COMERCIALIZACION DE BIENES, O PRESTACION DE SERVICIOS A CONSUMIDORES.

La interpretación del artículo 2o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor conduce a establecer que dicho ordenamiento es inaplicable en materia de compraventa de bien mueble, cuando el vendedor no desarrolla actividades de producción, distribución o comercialización de bienes, o prestación de servicios a consumidores, pues en esas condiciones, cuando alguna de las partes está inconforme con los términos o consecuencias del contrato que hayan celebrado, podrá acudir ante la autoridad judicial para demandar lo que a sus intereses convenga, pero no quejarse ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ya que ésta es incompetente cuando no se da el supuesto de una controversia entre proveedores y consumidores, supuesto que la finalidad esencial de la ley que rige a dicha institución es evitar prácticas mercantiles que lesionen los intereses del público consumidor. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO

Amparo en revisión 58/82. Raúl Ortega Mendoza. 3 de marzo de 1983. Unanimidad de votos. Ponente: Juan Gómez Díaz.

3.6 DERECHO COMPARADO.

Derecho Argentino

En el Derecho Argentino se habla de la contratación en masa dentro de la cual se encuadran los contratos atípicos como el de Ahorro Previo, el cual es homólogo al de Autofinanciamiento, objeto del presente estudio.

Dentro de la teoría argentina de los contratos, se encuentran dos vertientes: la contratación individual y la contratación en masa. La contratación individual encuentra sus cimientos en dos pilares básicos: el primero se manifiesta en la afirmación de que "el alma del contrato es el consentimiento de las partes; el segundo está dado por el dogma de la autonomía de la voluntad, desde que ese consentimiento debe ser prestado con libertad"¹¹³.

Ejemplos de este tipo de contratación individual lo son los contratos reales, en los cuales se ve hasta qué punto resulta conveniente reemplazar la entrega, como elemento formador del contrato,

¹¹³ Wayar, Ernesto C. Ob. cit., p. 59.

por el consentimiento. Pero por otra parte, sostienen que en otro sector del derecho contractual, el consentimiento se muestra relegado, minimizado, tal como ocurre en la llamada contratación por adhesión; aquí el consentimiento del no predisponente está relegado. Es por ello que, según la opinión doctrinal, el esquema del contrato en masa y la estandarización de la materia contractual rompen el paradigma del contrato que tenía en mente la doctrina tradicional.

Admitiendo que el contrato es un instrumento destinado a facilitar el intercambio de bienes y de servicios, también lo es que se debe aceptar que es necesaria su permanente aceptación a las nuevas exigencias de orden económico y social. Porque está llamado a resolver renovados problemas, la contratación muestra hoy características que antes no tenía, las más destacadas son:

La generalizada realización de actos jurídicos en masa, repetidos en serie, configuran contratos concluidos por adhesión de los consumidores a condiciones generales de contratación o a cláusulas predisuestas por la otra parte, individualizada como contratante "fuerte" o "predisponente".

La tendencia, insinuada por la doctrina y aceptada por la jurisprudencia, de proteger a la parte "débil", es decir, a aquella que solo puede hacer uso de su libertad de conclusión, (libertad de conclusión se traduce en la posibilidad de la persona para decidir si va a contratar o no y con quien va a hacerlo) ya que le está vedado configurar el contenido del contrato, salvo las cláusulas de mínima importancia.

La cada vez más acentuada corriente de pensamiento que acepta relativizar la fuerza obligatoria del contrato, fenómeno éste que reconoce las más variadas causas, tales como la necesidad de defender al contratante "débil", - la invocación- por el legislador de situaciones de emergencia que le permite dictar leyes "especiales" destinadas a modificar los contratos sin consultar a la voluntad de las partes, el auge de ciertas doctrinas, como la del abuso en el ejercicio de los derechos, la teoría de las bases del negocio o la de la frustración del fin del contrato.

La pretensión de los empresarios de reducir o eliminar su responsabilidad civil mediante la inclusión de cláusulas predisuestas que los consumidores se ven precisados a aceptar. La necesidad de mantener o en su caso de restablecer, la equivalencia de la posición jurídica de los contratantes.

La naturaleza e importancia de la contratación en masa se comprenderá mejor si se le compara con el contrato tradicional.

Si por libertad de configuración se entiende la facultad que se atribuye a ambos contratantes para que, en condiciones paritarias, discutan y determinen el contenido de las diferentes cláusulas del contrato que están celebrando, esa libertad se ejerce con amplitud en el contrato paritario, pero queda reducida a poco o nada en la contratación masiva respecto a la parte que se adhiere.

En la negociación masiva se está ante verdaderos contratos, no se puede dejar de reconocer que en ellos el adherido se encuentra en una situación de inferioridad respecto de la parte que elaboró el contenido normativo del contrato. Tal inferioridad queda al descubierto si se repara en que el predisponente, es el autor de la ley contractual, que seguramente habrá redactado según su interés y conveniencia, en tanto que a la otra parte solo le cabe la posibilidad de aceptarla o, en su caso, rechazarla, pero no puede modificarla. En el contrato paritario, en cambio, la ley quiere que las partes se sitúen en un plano de equidad o equivalencia y a tal grado defiende la regla que reprime sin vacilar las alteraciones al equilibrio contractual buscado.

La inferioridad del adherido determina otra importante consecuencia: no se usarán los mismos métodos ni las mismas reglas de interpretación para los contratos en masa, que las reglas de interpretación para un contrato tradicional. La necesidad de establecer reglas de interpretación propias para la contratación en masa, es una de las conquistas de la Nueva Teoría del Contrato.

La situación de inferioridad del adherido se agrava cuando se constata – si bien no siempre ocurre – que el predisponente presta un servicio u ofrece un producto en condiciones monopólicas, es decir en condiciones tales que solo él, sin competidores, puede ofrecer aquéllos servicios o productos. En estos casos el consumidor se sitúa en un verdadero estado de necesidad que lo priva, ya no únicamente de la libertad de configuración sino, incluso, de la libertad de conclusión desde que, por necesidad no podrá darse el lujo de rechazar el contrato.

El contrato paritario se caracteriza porque ambos contratantes se posicionan cara a cara a discutir y elaborar las cláusulas. En la contratación masiva, en cambio, se produce un fenómeno de despersonalización desde que el consumidor es prácticamente un ser anónimo identificado sólo por un número o una clave.

Ahora bien, la empresa productora no puede contratar “cara a cara” con cada uno de los consumidores; debe, necesariamente, dictar cláusulas o condiciones generales, a las cuales cada uno de aquéllos tendrá que adherirse si desea el producto o el servicio. Las Condiciones Generales pueden ser descritas como el “conjunto de reglas, abstractas e impersonales, formuladas exclusivamente por un centro de interés que están destinadas a integrar el contenido normativo, uniforme e invariable, de un número indeterminado de contratos a celebrarse con quienes las acepten”¹¹⁴.

Una de las características más importantes de las condiciones generales está dada por su origen, ya que son elaboradas exclusivamente por una de las partes, es decir, ésta las formula sin que medie negociación alguna con los posibles consumidores. El que las formula, o predisponente, se convierte así en el único autor de la que será la ley contractual; ésta por ende, no es el producto de la voluntad común de los contratantes, sino que es el fruto de la voluntad unilateral, circunstancia que pone en duda si se está ante un verdadero contrato.

Para nominar al predisponente usamos la expresión, centro de interés; con ella ponemos en relieve que, por su amplitud, pueden ser tales una persona física, un empresario individual organizado como empresa, una sociedad, un grupo societario, etc. El contenido normativo impuesto por las condiciones generales es uniforme y, en principio, invariable, porque estando destinadas a la concertación de contratos en masa, repetidos en serie, su contenido normativo debe guardar uniformidad e invariabilidad. Así como la producción de bienes está sistematizada y es uniforme, así también es necesario que las reglas jurídicas para comercializar esa producción sean uniformes, pues si así no fuera y determinados consumidores tuvieran privilegios respecto de otros, se perjudicaría el tráfico en desmedro del propio predisponente; aún cuando estas condiciones generales evolucionan en forma permanente adaptándose a las cambiantes circunstancias económicas. Las condiciones generales formuladas sólo por una de las partes no se convierten en derecho objetivo contractual, sino después de ser aceptadas por la otra parte.

Para que se conviertan en ley contractual el no predisponente debe declarar su aceptación, aquí radica la importancia de la teoría contractual que reivindica el valor de la voluntad del adherido.

Ventajas de las condiciones generales

- Constituye una forma de organización que perfecciona la racionalización empresarial.
- Permite la descripción pormenorizada de los derechos y obligaciones de ambas partes.
- Disminuye los costos de comercialización, ya que ahorra tiempo y evita deliberaciones sobre el contenido normativo de la negociación.
- La regularización particularizada de los distintos servicios que se prestan por medio de contratos preelaborados, excede los límites del Código Civil.

¹¹⁴ Ibidem, p. 63.

Desventajas de las condiciones generales

- Las reglas generales son formuladas exclusivamente por una sola parte que, por lo común, detenta en mayor o menor medida un determinado poder económico y cuenta con la asistencia técnica de expertos.
- El predisponente suele redactar las condiciones de contratación procurando proteger, en primer lugar sus propios intereses, en desmedro del interés del adherido.
- Este desequilibrio se hace ostensible, a favor del predisponente mediante la inclusión de cláusulas que limitan o liberan de responsabilidad al predisponente volcando sobre el adherido, todo el peso de las obligaciones.

*"Quizá el mayor riesgo que encierra el uso de condiciones generales, está dado por la formación de monopolios que aniquilan la libertad de conclusión ya que los consumidores cuando se trata de productos o servicios esenciales, no tienen más remedio que aceptar las condiciones generales que se les imponer".*¹¹⁵

Es necesario distinguir las condiciones generales (cláusulas o estipulaciones) de las particulares. Las generales son aquéllas formuladas en abstracto, con los rasgos de uniformidad, invariabilidad y permanencia, destinadas a integrar el contenido normativo de un número indefinido de contratos. Constituyen un esquema constante de contratación preformulado e inmodificable para el consumidor pues tienden a disciplinar de manera uniforme determinadas relaciones contractuales. Las particulares son siempre "cláusulas" porque suponen la negociación particular entre el predisponente y el consumidor, constan por lo común, en un documento y se incorporan al contenido normativo del contrato completándolo, ampliándolo o modificándolo.

Son por una parte, cláusulas que requieren la intervención individual del consumidor para su formulación (vg. El color del auto que se vende).

Por otra parte se puede sostener que son particulares aquellas cláusulas que varían de contrato a contrato, pues tienen que ver con las cualidades personales de los distintos consumidores o están relacionadas con las circunstancias particulares de cada negocio (vg. El lugar de entrega de la mercancía, lugar de pago del precio).

Por último, la especie más importante, está dada por las cláusulas que el consumidor logra incorporar al contenido normativo predispuesto, modificándolo o derogándolo en beneficio suyo.

El contrato de autofinanciamiento es uno de los llamados de adhesión, el cual es aquél por el que una de las partes acepta, sin discutir, las condiciones o cláusulas que le impone la otra parte. Se atribuye al francés Raymond Saleilles el haber acuñado en 1901 la expresión "contrat d'adhésion" para designar a esta especie de contrato¹¹⁶.

Este nombre "contrato de adhesión", toma en cuenta el procedimiento o mecanismo de contratación que consistía en la simple adhesión de los consumidores a las cláusulas preelaboradas por la otra parte. Sin embargo, pronto se propuso su reemplazo por la denominación "contrato por adhesión" con el argumento de que, lo que caracteriza a esta figura, no es el mecanismo de celebración sino las circunstancias en las cuales se celebra, circunstancias que determinan que el adherente no pueda discutir el contenido predispuesto.

El llamado contrato por adhesión stricto sensu puede ser descrito como: *"aquél cuyo contenido normativo, mediante remisión a condiciones generales o por la inclusión de determinadas cláusulas,*

¹¹⁵ Ibidem. pp. 272 y 273.

¹¹⁶ Citado por Wayar, C. Raymond Saleilles, De la Déclaration de Volonté, pág. 229, paris, 1901, Ob. cit. p. 312.

*está preformulado por una de las partes, llamada predisponente y es aceptada por la otra, llamada consumidor o adherente*¹¹⁷.

Una de las características esenciales del contrato por adhesión es la preformulación de su contenido normativo por obra de la voluntad exclusiva del predisponente. Esta preformulación se concreta por dos vías:

- a) Mediante la remisión a condiciones generales de contratación que ya fueron redactadas y publicitadas por el propio predisponente, sin que tales reglas se incluyan en el instrumento que suscribe el adherente.
- b) Otra de las notas esenciales de esta especie, consiste en la adhesión o aceptación del no predisponente a las condiciones generales o a las cláusulas predisuestas, sin que le sea posible introducir modificaciones en ese contenido normativo.
- c) Lo que le interesa al predisponente es la pérdida de la libertad de configuración; puede darse aún cuando las empresas oferentes sean varias y compitan entre ellas.

Los argentinos hablan también del contrato "necesario" por adhesión, en el cual el predisponente sea un monopolio u oligopolio, de suerte que el adherente se vea en la necesidad de contratar, este argumento ha llevado a una mayoría doctrinaria a diseñar el concepto de "contrato necesario por adhesión" en que el oferente ostenta un monopolio y el consumidor o adherente debe necesitar el servicio que se ofrece a tal punto de no poder prescindir del bien o servicio que se ofrece (luz, agua, teléfono).

Una corriente del pensamiento jurídico le niega carácter contractualista a la operación jurídica que se concreta por la adhesión que presta el consumidor a las condiciones o cláusulas preestablecidas para regir esta operación. El autor Ernesto C. Wayar condensa esta teoría en los siguientes puntos:

"1. El contrato es, por definición, un libre acuerdo de voluntades por el cual las partes regulan sus derechos patrimoniales, acuerdo al que debe llegarse en condiciones paritarias.

2. En la negociación por adhesión, el adherente se ve privado de la libertad de configuración, es decir, no puede participar ni discutir y menos modificar las cláusulas que regirán la operación jurídica.

3. Predisponente y adherido no se encuentran en igualdad de condiciones, pues mientras el primero ostenta una situación de poder, el segundo solo tiene la opción de aceptar o rechazar las condiciones que se le quiere imponer, en algunos casos, cuando hay monopolio, ni siquiera puede rechazarlas.

*4. En consecuencia, no existiendo ni libertad ni igualdad no se puede decir que existe "un libre acuerdo" y por ende no hay contrato".*¹¹⁸

Una vez que hemos visto como es la contratación en masa en el Derecho Argentino dentro de la cual encuadramos a los contratos atípicos como el de Ahorro Previo, el cual es homólogo al de Autofinanciamiento, objeto del presente estudio, ahora pasemos en concreto a ver cómo se desarrolla este sistema en Argentina.

¹¹⁷ Sobre este mismo asunto se dijo que el nombre contrato "por" adhesión es preferible al de contrato "de" adhesión, porque la adhesión no es el objeto del contrato, sino la manera de celebrarlo. De la puente y Lavalle. El Contrato en General, tomo III, pag. 21, citado por Wayar, C. Ob. cit. p. 309.

¹¹⁸ Wayar, Ernesto C. Ob. cit., pp. 319 y 310.

El sistema en Argentina

En Argentina, se denomina al contrato de autofinanciamiento como Plan de Ahorro Previo, el cual es un sistema de financiación que permite capitalizar un ahorro mediante el pago de cuotas mensuales para, finalmente, poder adquirir una casa, un auto o un electrodoméstico.

En los últimos años han aparecido en Argentina los denominados contratos de ahorro previo que son, en realidad, planes de financiación para conseguir fines determinados; así, es frecuente que una persona que desea adquirir un bien ingrese en este sistema, por el cual irá abonando una serie de cuotas hasta obtener en un momento determinado lo que desea. Si bien con la simple entrega de ese dinero mensual el "ahorrista" persigue un proceso de capitalización el fin último es la adquisición de un bien material.

Según la reforma del año 1985 (Ley 22.270) al artículo 93 de la Ley 11.672, ahorro previo es "la captación del ahorro público con promesa de prestaciones futuras". Los sistemas de ahorro en el mercado pueden ser "de Capitalización y Ahorro" y de "Ahorro para fines determinados", comúnmente conocidos bajo tres tipos de modalidades diferentes.¹¹⁹

Planes de Capitalización y Ahorro.

Este sistema que inició su operación a principios del siglo XX, tendía a favorecer el ahorro mediante la constitución, bajo cualquier forma, de capitales determinados a cambio de desembolsos únicos o periódicos, con posibilidad o no de reembolsos anticipados por medio de sorteos. Hoy, más que constituir un incentivo para el ahorro es un incentivo para los juegos de azar. En efecto, sus contratos se han diseñado para ser sorteados por la lotería. Hay empresas de este tipo que tienen el permiso para usar los extractos de beneficios de la Lotería Nacional. Si los números de suscripción de un contrato coinciden con los premios de la Lotería Nacional (nunca menos de tres cifras y hasta cuatro), el titular será poseedor del bien elegido (moto, automotor, electrodoméstico) y no paga más cuotas.

Por 18 meses de cuotas, pagadas, recuperará el 30% de sus ahorros y requerirá 60 meses el reembolso del 53%. A partir de los 20 años puede aspirar a un verdadero reintegro de sus ahorros. Los referidos contratos tienen un plazo de duración que puede extenderse hasta 333 meses, es decir, 27 años de plazo según el plan ofrecido.

Ahorro para Fines Determinados

Es un sistema de ahorro anticipado y amortización, mediante el cual la empresa vendedora crea una cadena abierta de interesados con la promesa de la entrega del bien. Y mediante su acumulación se movilizan los fondos de ahorro único formado por el aporte de los suscriptores a medida que aumentan los adherentes. El cumplimiento regular de los pagos de las cuotas ordinarias de los mismos otorga un puntaje que permite la adjudicación, lo que no significa su posesión. Por medio de ese puntaje se accede a un crédito que se concretará al momento de la entrega del bien. Los términos medios de espera para la adjudicación dependen de los diferentes planes propuestos. Por lo general son de 13, 17, 31, 45 ó 47 meses. Éste último periodo es el más adherido por el público que, por presión de los promotores o simple credulidad, ignora el verdadero tiempo de espera involucrado.

Ahorro para Fines Determinados. Grupo Cerrado.

¹¹⁹ Información obtenida en la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A. C. AMAPSA, a través del intercambio de información con filiales en Argentina, vía correo electrónico.

Es un sistema mediante el cual, un conjunto de personas conformadas en un grupo, pagando una cuota mensual actualizable (según el valor móvil del bien a adquirir), constituyen un propio fondo de ahorro común que permite la compra, generalmente, de dos bienes a adjudicar, iguales para todos, que son entregados a miembros de dicho grupo, sea por la modalidad de sorteo o por licitación al mejor postor.

Estos planes se componen habitualmente de 50, 60 y 84 cuotas. Cada grupo se conforma con un número de personas que es el duplo de duración del plan, es decir, 100 para 50; 120 para 60; 168 para 84. En los últimos tiempos se presenta la modalidad conjunta: planes de ahorro conexos con financiación bancaria, modalidad que debe ser avalada por la Inspección General de Justicia. Consiste en el ofrecimiento de un préstamo bancario para poder licitar el total de las cuotas adeudadas en los meses 13 y 18, según se trate de planes de 60 u 84 meses, con el compromiso de adjudicación obligatoria a todos los que reúnan los requisitos exigidos (obviamente por los bancos otorgantes de los créditos).

Ahorro para Fines Determinados. Ciclo Abierto.

Es un sistema de ahorro anticipado y amortización, mediante el cual la empresa vendedora crea una cadena abierta de interesados con la promesa de la entrega del bien. Y mediante su acumulación se movilizan los fondos de ahorro único formado por el aporte de los suscriptores, a medida que aumentan los adherentes. El cumplimiento regular de los pagos de las cuotas ordinarias de ahorro de los mismos, otorga un puntaje que permite la adjudicación, lo que no significa su posesión. Por medio de ese puntaje se accede a un crédito que se concretará en el momento de la entrega del bien. Los términos medios de espera para la adjudicación dependen de los diferentes planes propuestos. Por lo general, son de 13, 17, 31, 45 ó 47 meses. Este último periodo es el más adherido por el público. En la actualidad se encuentran dos empresas vigentes, de las tres autorizadas oportunamente por la Inspección General de Justicia (IGJ).¹²⁰

De esta manera, se observa que el sistema que más se asemeja con la figura del autofinanciamiento mexicano, es el Sistema de Ahorro para Fines Determinados y son muchas las empresas que lo prestan. Dichas empresas venden planes de capitalización y ahorro, el sistema apela al azar: por una cuota determinada, se compra la participación en un sorteo mensual. Sin embargo a la hora de suscribirse, la gente no tiene en claro qué clase de contrato está firmando en realidad.

Las empresas que prestan este servicio en Argentina se constituyen como sociedades anónimas cuyo objeto es la capitalización y ahorro para fines determinados. Así, la empresa ofrece a la venta planes de capitalización y ahorro; el suscriptor interesado elige un plan, en cada plan se sorteos distintos tipos de bienes, (según sean los que la empresa maneje y ofrezca al público), y paga mensualmente una cuota cuyo valor corresponde con el plan elegido.

Esta cuota le otorga al suscriptor el derecho de participar en sorteos mensuales de bienes y dinero en efectivo. Pero cuando el cliente se suscribe a uno de estos planes, no adquiere en realidad un bien en cuotas, sino el derecho a participar de los sorteos de ese bien. Las probabilidades de ganar son de 1 en 1000 y por contrato la empresa debe devolver en los 30 días corridos el dinero restante al suscriptor (un 38.8% del total aportado).

El sistema de capitalización y ahorro, que inicia su operación a principios de este siglo tendía a favorecer el ahorro mediante la constitución de capitales determinados a cambio de desembolsos únicos o periódicos, con posibilidad o no de reembolsos anticipados por medio de sorteos. La gente se suscribe porque piensa que si no gana el bien, por lo menos cuenta con un ahorro, pero le

¹²⁰ Información obtenida en la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A. C. AMAPSA, a través del intercambio de información con filiales en Argentina, vía correo electrónico.

devuelven un porcentaje bastante menor al aportado (de cien pesos puestos se estarían capitalizando 25 pesos aproximadamente).

Supuestamente del 100% del dinero aportado por la gente, el 50% se destina a los premios, el 25% se capitaliza y el 25% es carga administrativa. Los suscriptores no pueden esperar a que le devuelvan el 100% del dinero después de haber participado de varios sorteos. En los planes de sorteos están garantizados hasta la cuota 60, por eso mucha gente, al terminar de pagar la cuota 60, pide el rescate de su dinero.

Hoy, más que constituir un incentivo para el ahorro, estas empresas constituyen un incentivo para los juegos de azar. En efecto, sus contratos se han diseñado para ser sorteados por la Lotería Nacional. Si los números de suscripción de un contrato coinciden con los premios de la Lotería Nacional (nunca menos de tres y hasta cuatro) el titular será poseedor del bien elegido (automotor, electrodoméstico, etc.).

El cliente puede rescindir el contrato a las 24 cuotas y pedir el rescate (recupero) de parte del dinero aportado. La mayoría de los suscriptores lo solicita cuando llegan a abonar la cuota número 60. Estos contratos tienen un plazo de duración que puede extenderse hasta 333 meses, es decir 27 años de plazo según el plan ofrecido.

A estas empresas, que prácticamente funcionan como administradoras, se les permite acumular fondos de ahorristas como si fueran entidades bancarias, por lo que no están obligadas a dar toda la información sobre el estado de los pagos, morosidad, atrasos en los pagos de los grupos ahorristas, etc. De esta simple manera se le permitiría conocer al suscriptor interesado, el estado de cuenta del grupo al que pertenece. Pero esta información se oculta sin mayores explicaciones, sumiendo al ahorrista en un estado de confusión e indefensión.

Existen resoluciones específicas dictadas por la inspección General de Justicia (IGJ) y fallos judiciales recientes que declaran jurídicamente responsables a las sociedades de ahorro por las actividades de sus colocadores de planes. Debe informarse al suscriptor que según la resolución 8/82 de la IGJ, la responsabilidad de la administradora se extiende a todos los actos realizados por las distintas sucursales y colocadores de planes.¹²¹

La legislación argentina

Las políticas de protección al consumidor se rigen por la aplicación de la Ley 24.240 y la Ley 22.802 de Lealtad Comercial. La falta a cualquiera de estas normas le da derecho al consumidor a realizar los reclamos correspondientes. Las empresas pueden ser fuertemente multadas.

LEY 24.240¹²²

El objeto de la Ley de Defensa del Consumidor es proteger a los consumidores y usuarios, ya sean personas físicas o jurídicas que adquieran bienes o contraten servicios para su consumo final. Esta norma aclara que no tienen carácter de consumidores o usuarios quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, a quienes llama proveedores de cosas o servicios.

Según la Ley, los proveedores deben brindar información veraz y suficiente sobre las características de los bienes, de los servicios que ofrecen y debe estar redactada en castellano (español).

¹²¹ Información obtenida en la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A. C. AMAPSA, a través del intercambio de información con filiales en Argentina, vía correo electrónico.

¹²² Publicada el 11 de octubre de 1989 y existe un ejemplar consultable en la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA).

En cuanto a las condiciones de la oferta y la venta, establece que se deben cumplir con todas las precisiones que se hayan ofrecido incluyendo la información de las publicidades o anuncios, quedando los comerciantes obligados a cumplirlas. Todas las empresas forman parte del contrato de compra – venta del producto o servicio.

Asimismo, la Ley sostiene que siempre debe documentarse la operación convenida, en la que no pueden faltar el nombre y domicilio del vendedor o prestador del servicio, el plazo y condiciones de entrega, el precio y condiciones de pago y debe constar si se otorga garantía y sus características.

La Ley indica que “en las operaciones de crédito debe consignarse al precio de contrato, el saldo deudor, el total de los intereses, la tasa de interés efectiva anual, la cantidad de pagos y su periodicidad y el monto total a pagar”.

Si un consumidor se sintiese damnificado por el incumplimiento de cualquier pauta de un contrato, puede realizar la denuncia correspondiente. Certificada la existencia de una o más infracciones la Ley establece la aplicación de sanciones como multas de 500 a 500,000 pesos para el incumplidor, decomiso de mercaderías, clausura del establecimiento o suspensión del servicio hasta 30 días e inhabilitación para formar parte del Registro de Proveedores del Estado.

Además los infractores deben publicar la resolución condenatoria haciéndose cargo de los gastos, pasando a formar parte del Registro de Infractores de la Subsecretaría de Comercio e Inversiones que permitirá aplicar sanciones más severas a los reincidentes. Del mismo modo la Ley establece que serán sancionadas con apercibimiento o multa las denuncias maliciosas o sin justa causa.

LEY 22.802

La Ley de Lealtad Comercial¹²³, tiene como principal objetivo asegurar la transparencia en las transacciones a lo largo de toda la cadena de comercialización hasta llegar al consumidor final. En general, regula aspectos del rotulado de productos que se comercializan en el mercado local, tanto de origen nacional como importado.

Pero esta ley también hace referencia a la publicidad de bienes y servicios. Al respecto, prohíbe aquellos mensajes que, emitidos por cualquier medio, pueden llevar a error, engaño o confusión a sus destinatarios, sobre las características del producto o sus condiciones de comercialización, tanto por lo que digan como por lo que omitan.

En esta materia prohíbe la realización de promociones con premios, en los casos en que éstos se distribuyan al azar y exista una obligación de compra para participar. Cuando no se cumplan las obligaciones antes mencionadas, cualquiera que sea la etapa en la cadena de comercialización, la ley establece el pago de multas. Cuando se detecta una infracción, se procede a elaborar un acta y se prevé un plazo para que el infractor presente su defensa. Luego de esto, y una vez analizado el expediente se resuelve si debe o no ser sancionado.

La reglamentación de esta Ley comprende 135 Resoluciones que actualmente se encuentran vigentes.

El sistema en Perú

En Perú, el sistema de autofinanciamiento se denomina “Sistemas de Fondos Colectivos”, y algunas

¹²³ Sancionada en 1983, ejemplar consultable en la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA).

empresas que manejan este sistema se integran en la Asociación de Empresas Administradoras de Fondos Colectivos.

Este sistema inicia en Perú cuando en 1966 tres empresarios peruanos, Moussuto, Ralston y Foerster, observaron el movimiento de los consorcios en Brasil. En 1968 se constituyen en Perú, tres empresas tipo consorcios promoviendo la venta de vehículos: Profin Perú, S.A., promoviendo la venta de vehículos Multimarca; Promasa S.A., promoviendo la venta de vehículos Ford; y, Panderó S.A., promoviendo la marca Volkswagen.

En 1968, el gobierno militar de aquella época cierra el mercado automotor, quedando en el país cuatro marcas. El sistema funcionaba con rangos de colocación importantes a pesar de la coyuntura política del país. Hubo un sistema denominado "autocancelado" en el que el cliente al adjudicarse por sorteo o remate dejaba de pagar. El eslogan era: "date el gusto y deja de pagar".

En 1974 se inicia la administración de Fondos Colectivos para la venta de inmuebles a través de la empresa Panderó Techo.

En los años 1976-1977 se produjo una gran crisis cuando los dueños de la empresa Profin Perú desaparecen con los fondos del público, dejando a miles de asociados sin atención y sin dinero.

En 1977, a raíz de este problema el gobierno encarga la supervisión y control de este tipo de empresas a CONASEV, cuya labor principal es la supervisión de la Bolsa de Valores de Lima. Anteriormente la supervisión estaba a cargo del Ministerio de Comercio que conocía muy poco a este tipo de empresas.

El impacto en las empresas administradoras de fondos Colectivos deriva en una orientación a un segmento de mercado de menores ingresos. A su vez, hay más competencia por el personal de ventas, no solo por la acción de los bancos sino por las administradoras de fondos de pensión.

Existen diversas modalidades del sistema:

- Bien predeterminado, en el que varían las cuotas de los asociados en la medida que varíe el precio del bien.
- Certificado de compra con proveedor determinado, contrato por una cantidad determinada que se aplica a la adquisición del bien materia del contrato.
- Certificado de compra con proveedor libre.

Las adjudicaciones pueden ser por sorteo, remate, aplicación del FAR, otros.

Hoy en día, hablando a corto plazo, los créditos bancarios estarán restringidos por falta de liquidez favoreciendo a este sistema, pero existe todavía una recesión económica fuerte por lo que la celebración de contratos seguirá siendo difícil.

De mediano a largo plazo, se prepara la competencia con el mercado financiero internacional y se ofrecen productos atractivos.

Actualmente en Perú existen 7 empresas de fondos colectivos. Una de ellas, la empresa Plan Dinámico ingresó al mercado de Administradoras de Fondos Colectivos, con el lanzamiento de un novedoso sistema que permite el financiamiento de cirugía plástica, tratamiento de fertilidad, turismo, y cursos de posgrado y perfeccionamiento profesional. Son gestores de la empresa Walter H. Migotto, Paola Migotto y Enrique Díaz Ortega.

La situación actual de Perú se enmarca en un contexto recesivo, existe una caída significativa del

Producto Interno Bruto que ha venido a través de los años iniciándose desde el fenómeno del “El Niño” y de la crisis Asiática.

Reducción del crédito del sector bancario peruano a los sectores productivos y se inició con un programa que autoriza el ingreso al país de vehículos usados que provienen del extranjero¹²⁴.

El sistema en Uruguay

En ese país, el sistema de “autofinanciamiento” se denomina *Sistema de Ahorro Previo*, también denominado *Sistema de Consorcios*, y las empresas que lo manejan se denominan *Administradoras*, y de las seis que operan en el país, cinco de ellas se concentran en la *Cámara de Administradoras del Sistema de Ahorro Previo en Uruguay*.

En cuanto a la situación económica de Uruguay, respecto a la posibilidad de acceso a los créditos financieros, podemos decir que es de fácil acceso para bienes de poca monta, electrodomésticos y bienes de consumo, pero no tan fácil para medios más duraderos, como automóviles o bienes de capital. Estos créditos que se pueden lograr tienen un periodo máximo de 24 meses y la tasa de interés que se cobra es una tasa aproximada al 115%.

El sistema de Consorcios empezó en Uruguay aproximadamente en 1976 y, como es común en casi todos los países latinoamericanos, empezó en el sector automotriz. Sufrió un periodo de decrecimiento en los años 82 – 83, debido a la quiebra de algunas empresas, un proceso similar al que se daba en esos mismos años en México y Colombia, lo cual trajo como consecuencia la intervención del Estado. Dicha intervención fue algo muy particular en Uruguay, porque incluyó actividad de consorcios como intermediación financiera, designando al Banco Central, que es el ente autónomo encargado de controlar todo el sistema financiero del país, de ser el órgano que controlaba esta actividad.

Básicamente, esta intervención significó la necesidad de crear una empresa independiente que tuviera como único objeto la administración del sistema de consorcios y su actividad, es decir, empresa separada, con objeto único, que debía ser la administración y organización de consorcios.

La empresa en que se convirtió fue muy particular, ya que necesita la colaboración – para su funcionamiento – de la intervención del poder ejecutivo, cosa que no se da en otro tipo de sociedades; se exigió también una responsabilidad patrimonial mínima, que oscila entre los US\$200,000 dólares y una responsabilidad social consistente en que debe estar radicada en el país y que se debe actualizar periódicamente.

Actualmente existe la *Cámara de Administradoras del Sistema de Ahorro Previo en Uruguay*, misma que ha servido para la publicación de una página mensual, en la cual se detallan las ventajas que tiene el sistema, novedades, cifras de otros países, un buzón de preguntas que se responden a través de la página o las páginas que cada empresa va creando, estando en servicio no solo para los ciudadanos uruguayos sino también brinda sus servicios a la comunidad internacional que quiera tener acceso a este tipo de información.

En Uruguay, no existe una legislación específica que regule la actividad del sistema, tampoco existe un contrato tipo o contrato obligatorio; el Banco Central que, actuando como Contralor, solamente exige (cuando se inicia la actividad) se presente contrato y luego las posteriores modificaciones que, a lo largo de la vía del sistema que tenga ese contrato, deben ser comunicadas al banco; pero no existe ningún contrato tipo que respetar.

¹²⁴ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA), a través de sus sistemas de intercambio de información vía correo electrónico con Perú.

Existen seis empresas funcionando en el país, cinco de las cuales se concentran en la *Cámara de Administradoras del Sistema de Ahorro Previo en Uruguay*. Estas empresas abarcan actividades bastante disímiles que van desde automóviles, camiones, ómnibuses, semirremolques, equipamientos varios, electrodomésticos, viajes, capitales y, a partir de 1990 se agregaron al tema de capitales, los destinados a la adquisición de inmuebles y refacciones y reparaciones de vivienda. Surgió esta necesidad de emplear el sistema de Ahorro Previo en Uruguay, debido a que el Banco Hipotecario del Uruguay, encargado de los créditos para vivienda, cerró los créditos para la adquisición de viviendas usadas y para la refacción; por lo tanto para este tipo de empresas fue el momento ideal para que el sistema saliera como una vía de ayuda a la gente que, de otra manera no podía llegar a su vivienda.

En cuanto a los suscriptores, éstos oscilan entre los 25,000 y 45,000 dentro de las distintas actividades a las que se dedican estas Administradoras de Ahorro Previo; los plazos de duración de los contratos van desde 50 hasta los 120 meses máximo, aunque en la actividad dedicada a los capitales destinados a la adquisición de vivienda se están ampliando los plazos de los contratos hasta los 180 meses como máximo.

En cuanto al monto de las cuotas, Uruguay se enfrenta a la problemática compartida por la mayoría de los países de tercer mundo, su población laboral es superada por la porción de población que no labora, en este caso es solo una tercera parte la población laboralmente activa, lo que se traduce en el hecho de que solo una parte de la población puede pagar cuotas altas en este tipo de sistemas de ahorro previo. Ante esta situación existían dos posibilidades: una era alargar el plazo, alternativa que la mayoría de las empresas desechó y la otra era bajar la cuota. Algunas empresas, principalmente la del sector automotriz, lanzó el "*Plan de Media Cuota*", que consiste en que, respetando los plazos, financiar el 50% del automóvil mediante el sistema y completar el 50% restante al momento de la adjudicación. A este respecto, cabe anotar que esta operación ha funcionado también en Argentina y en México, dando buenos resultados ya que ha incrementado las ventas.

En cuanto a las adjudicaciones mensuales, en Uruguay equivalen a un valor de US\$3,000,000 de dólares, que para el país es sumamente importante; en cuanto a las *tasas de administración* (en México se denominan cuotas de administración), en promedio se cobra un 1.2%; en la inscripción con el 21% del IVA incluido, adjudicación 1.2%, arancel administrativo del 12%, todas las cifras contienen el IVA incluido.

En cuanto a los aspectos impositivos, no existe en la actualidad un impuesto específico, pero evaluando la generación de impuestos directos e indirectos del sector, éstos se traducen en una cifra cercana a los US\$6,500,000 de dólares, en cuanto a los aspectos de comercialización, podemos decir que las empresas generalmente no tienen equipo propio de comercialización, sino que venden su producto a través de la red de agentes o distribuidores, ya sea concesionarios en el sector automotriz, distribuidores en el sector electrodoméstico, o en el caso reciente, la aparición de planes de compra de inmuebles a través de empresas inmobiliarias.

Lo que aún queda pendiente en Uruguay es, en primer término, el aspecto regulatorio generando leyes específicas aplicables al sistema; enseguida y derivado de una correcta regulación, el área de comercialización sobre todo atendiendo a la profesionalización del sistema, establecer planes de venta o modalidades en las ventas haciendo más independiente a la empresa de los distribuidores¹²⁵.

¹²⁵ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA), a través de sus sistemas de intercambio de información vía correo electrónico con Uruguay.

El sistema en Chile

La política económica chilena está basada en la libre iniciativa, el esfuerzo individual y el respeto irrestricto a la propiedad privada; es el hombre, basado en su propio esfuerzo, el que define el futuro de su persona, de su fama y de su comunidad y por lo tanto de su país. Como el Estado no se preocupa por tener resultados positivos y es muy mal asignador de recursos, en Chile se ha tratado de fomentar la libre iniciativa privada, tendiendo el Estado, sólo que cumplir su rol de subsidiariedad.

En Chile se denomina *Sistema de Administración de Fondos de Terceros*, y en Chile como en el resto de Latinoamérica, entre los años 1965 y 1970 se vivía una política proteccionista, en un país teóricamente industrializado, cuyo sector automotor llegó a tener alrededor de quince fábricas de vehículos para un mercado que alcanzaba las 70,000 unidades al año. Cuando aumentó el volumen de operaciones, no se justificó el número de fábricas, porque sólo consiguiendo la amortización de las distintas matrices, el valor final del bien resultaba exageradamente alto y de una calidad mediana, orillando al sector a importar automóviles. Así, dentro de este contexto, nacieron las administradoras de fondos de terceros entre los años 1965 a 1967, con una pequeña pero significativa participación en el mercado automotor.

Hasta 1970 la actividad crece en forma lenta pero sostenida; la población comienza a conocer conceptos como sorteo, oferta, adjudicación, asambleas, etcétera. Pero en 1971 hay una sobredemanda y escasez de oferta que hace que los precios, ficticiamente bajos, se disparen, provocando una inflación de tres y cuatro cifras y a ello no escapó el rubro automotriz, por ejemplo; las fábricas ya no eran capaces de satisfacer la demanda y como los precios de los vehículos estaban controlados por el estado, empezaron a escasear los insumos y con esta perspectiva no había modelos nuevos en el mercado.

Un ciudadano de ingresos bajos o medios, podía acceder a estos bienes a través de su incorporación a un plan; las cuotas y el valor de los vehículos debían manejarse a precios oficiales, por lo tanto el adjudicado podía, una vez favorecido, vender su auto tres veces más caro de lo que había pagado por él. Todo estaba regulado por el estado: precios, convenios con fabricantes, contratos de adhesión, y llegó un momento en el cual se estaba autorizando el funcionamiento de tal cantidad de planes, que permitían adjudicarse más vehículos de los que se estaban fabricando. La solución desde el punto de vista del estado fue intervenir a todas las empresas administradoras decretando su puesta en liquidación.

En 1974 se establece una ley destinada a regular el funcionamiento de lo que se denominó *Administradoras de Fondos de Terceros*, ley que tuvo que ser derogada en 1981, ya que se contravenía en muchas de sus partes con la nueva postura del gobierno respecto del manejo de la economía, ya que se empezaba a hablar definitivamente de "economía social de mercado". Con ello quedaban atrás términos como control de precios, contratos de abastecimiento, convenios con fábricas, etcétera.

Así se llega a la actualidad, en que se debe luchar contra el crédito de consumo, el cual sin tener un costo muy alto alcanza sólo a una parte de la población, entrándose de bienes mayores como automóviles e inmuebles, ya que existe una oferta muy amplia para la compra de artículos menores como electrodomésticos, productos que un chileno puede adquirir con una tasa de interés real que no supera el 20% anual. En cuanto a los créditos de vivienda, para las personas de escasos recursos, existe un sistema que prácticamente obliga al chileno a ahorrar, ya que el estado le subsidia la vivienda hasta en un 50% de su valor, luego de haber cumplido previamente con algunos requisitos

Actualmente, en Chile se adjudican vehículos nuevos y usados. En la Asociación Nacional Chilena,

se adjudica un capital para la compra de un bien, casi todos sólo automóviles.

Con relación al funcionamiento de las empresas en Chile, los aspectos más relevantes son: la mayoría de las administradoras que funcionan asignan un monto en dinero, un derecho adquisitivo que se regula periódicamente, cada 6 ó 12 meses por el Índice de Precios al Consumidor que hoy en día está entre 15 y 20% al año. El plazo llega hasta los 60 meses, en la mayoría de las empresas; la incorporación o derecho de ingreso al sistema, oscila en alrededor del 4% del derecho adquisitivo más el IVA que, en el caso chileno, llega al 16%, la tasa de administración corresponde más o menos entre un 20 y un 30%.

Con respecto a las asambleas de adjudicaciones, la mayor parte de las empresas no pone límite para postular oferta o licitaciones, presentándose éstas en cuotas o montos de dinero. En los casos de los sorteos, casi toda las empresas hacen participar a los asociados no adjudicados; respecto de las indemnizaciones o devoluciones de fondos para aquéllos que se retiran, algunas empresas devuelven a los 180 días de retirada la persona y otras devuelven el dinero a los 60 días de terminado el plan¹²⁶.

El sistema en Portugal

En Portugal el Sistema comenzó alrededor de 1981, de manera muy paulatina, y hacia los años 1985 y 1986, aparecieron quince empresas englobadas en una sola. En total se llegaron a tener treinta empresas. Actualmente sólo hay dos empresas. Veinte de ellas se cerraron; cuatro o cinco de ellas lo hicieron por motivos propios y quince fueron cerradas por el Banco Central. La razón fundamental del cierre, fue el mal estado y el desconocimiento; en algunos casos se debió a fraudes violentos. Ello originó, sobre todo en los años 1989 y 1990 que se crearan comisiones con participantes de empresas quebradas.

Cuando el Banco Central mandaba cerrar las empresas, destinaba una parte de la administración del Banco para recibir los pagos de los consumidores que utilizaban el sistema de Consorcio; se nombraba un administrador que nada conocía del negocio y que, por lo tanto, tampoco tenía contacto directo con los participantes.

Actualmente, Portugal goza de mayor estabilidad económica, los brasileños han formado un club de inversionistas brasileños y por lo tanto, Portugal ya ofrece mejores condiciones para el desarrollo del sistema de consorcio.

Han creado créditos denominados "stand – by" (internacionalmente denominado así, el crédito documentado confirmado), que aparecieron ahora y constituyen otra facilidad que no existía en años anteriores, con créditos de larga duración, de 36 a 48 meses, con valor residual; al final, se permite que algunos grupos tengan una cuenta bancaria propia, con fondos; se obliga a que todas las empresas tengan auditoría, además del revisor oficial asignado por el Banco Central; se creó un fondo de garantía para atender posibles quiebras futuras, es decir, que las empresas existentes deben contribuir anualmente conforme al tamaño del sistema que se va a utilizar; también se prevén otros mecanismos en caso de quiebra, como la entrega del grupo a otra empresa que sea más sólida.

Portugal está ampliando su mercado internacional respecto de los consorcios, en Hungría, por ejemplo, hay muchas empresas portuguesas, asimismo en Checoslovaquia se forman sociedades 50% y 50% con un banco de ese país. Se trata de una división del Banco estatal, con una parte

¹²⁶ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA), a través de sus sistemas de intercambio de información vía correo electrónico con Chile.

destinada a los aspectos comerciales y otra, a temas financieros¹²⁷.

El sistema en Brasil

Aunque el primer esbozo del *sistema de ahorro previo o autofinanciamiento* surge en Europa, como un esquema para enfrentar la crisis económica provocada por la Segunda Guerra Mundial, lo cierto es que su verdadero impulso ha sido producto del ingenio de los brasileños para aminorar los efectos de su constante inestabilidad económica.

Los primeros registros del surgimiento del sistema de *consorcio* en Brasil, datan desde el inicio de la década de los 60's, cuando un grupo de personas con el objetivo común de adquirir un automóvil, se organizaron para, por medio de pequeñas aportaciones mensuales, reunir la cantidad necesaria para la compra de un vehículo. Éste era entregado a uno de los participantes a través de un sorteo, procedimiento que se repetía cada mes hasta que todo el grupo obtenía su auto.

Las asociaciones de funcionarios bancarios fueron los primeros en constituir formalmente grupos estructurados de consorcios, que operaban mediante el cobro de una pequeña cuota de administración. El éxito del sistema fue prácticamente inmediato y atrajo la atención de las autoridades hacendarias, quienes se vieron obligadas a reconocer en el sistema una actividad financiera que debía ser regulada.

La primera resolución controladora de los consorcios fue emitida por el Banco Central de Brasil en 1967. Cuatro años después, la legislación federal decretó el control de los consorcios por órganos gubernamentales ligados al Ministerio de Hacienda.

Entre 1971 y 1991, ocurrió el cambio entre la improvisación y la profesionalización de la actividad: una ley promulgada en 1991 otorgó el rango de empresas financieras a los consorcios. Infinidad de administradoras fueron impedidas para operar, mientras que otras cerraron sus actividades para no someterse a las nuevas reglas.

Desde entonces, las administradoras autorizadas han observado rigurosamente los mandamientos legales. Actualmente, Brasil cuenta con cerca de 300 consorcios que administran fondos para la compra de automóviles, camionetas utilitarias, motocicletas, aparatos electrodomésticos, tractores y equipos agrícolas, inmuebles y hasta pasajes aéreos.

El crecimiento del sector en este país le ha permitido una participación importante en la economía nacional (actualmente aporta el 2% del Producto Interno Bruto) y el cumplimiento de algo que los brasileños llaman "invaluable función social".

La experiencia de Brasil en el desarrollo y perfeccionamiento de sus sistemas de ahorro previo, es un ejemplo claro de que los países latinoamericanos pueden explotar con éxito la administración del sistema ante situaciones de incertidumbre económica¹²⁸.

Las empresas de autofinanciamiento, en cuanto se constituyen como sociedad, deben seguir los lineamientos establecidos por el Estado a través de las normas jurídicas expedidas para tal fin.

En este sentido es que las empresas de autofinanciamiento están por la Ley General de Sociedades

¹²⁷ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA), a través de sus sistemas de intercambio de información vía correo electrónico con Portugal.

¹²⁸ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA), a través de sus sistemas de intercambio de información vía correo electrónico con Brasil.

Mercantiles para constituirse como sociedad y por la Secretaría de Economía a través de la NOM – 143 – SCFI – 2000 para contar con la autorización para operar el sistema de autofinanciamiento; tratándose del fideicomiso a través del cual se captan y manejan los recursos para comprar los bienes o servicios solicitados por los consumidores, se someten a la regulación de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco de México a través de la circular 2019/95, punto M.31. En cuanto a la empresa de autofinanciamiento, su regulación se encuentra en el Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores. La Ley Federal de Protección al Consumidor regula únicamente lo relativo a los conflictos entre las empresas y los consumidores en sus respectivas calidades de comprador y vendedor y la Ley Federal de Juegos y Sorteos solamente regula al autofinanciamiento cuando éste involucra en sus actos de adjudicación, los sorteos.

Todo este panorama hace del autofinanciamiento una cuestión intrincada, compleja y de difícil acceso para el individuo común, sin un conocimiento jurídico profundo, lo que hace estar al consumidor en un plano de desigualdad y vulnerabilidad frente a las empresas y a éstas las hace aprovechar esta condición para incurrir en diversas irregularidades que implican el incumplimiento sistemático de las condiciones contractuales. Esto sin pasar por alto el reverso del asunto: las personas que desean constituirse como empresas de autofinanciamiento se enfrentan a un conjunto de requisitos que se prevén en ordenamientos diversos, enfrentándose a una gama de trámites ante múltiples instancias que dejan ver un largo camino por recorrer.

En el último capítulo, propongo una manera de dar orden a este complejo marco jurídico traducido en trámites, es decir, opto por sistematizar el procedimiento que se debe seguir para constituirse como empresa de autofinanciamiento, proponiendo algunas reformas al marco jurídico de esta figura, con el propósito de conjuntar en un cuerpo de leyes único los dispositivos legales que regulan al autofinanciamiento que es tan utilizada por la población de México.

CAPÍTULO CUARTO. LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO

- 4.1 CAUSAS QUE PROPICIAN LA OPERACIÓN DE AUTOFINANCIAMIENTO
- 4.2 EFECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DERIVADOS DEL AUTOFINANCIAMIENTO
- 4.3 LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO
 - 4.3.1 NATURALEZA JURÍDICA
 - 4.3.2 REGULACIÓN
- 4.4 PROBLEMÁTICA ACTUAL DE AUTOFINANCIAMIENTO DERIVADA DE LAS EMPRESAS QUE PRESTAN ESTE SERVICIO
 - 4.4.1 LAVADO DE DINERO
- 4.5 NECESIDAD DE MEJORAR LA LEGISLACIÓN REGULADORA DE LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO

4.1 CAUSAS QUE PROPICIAN LA OPERACIÓN DE AUTOFINANCIAMIENTO.

La operación y funcionamiento del sistema de autofinanciamiento, es decir, cuando una persona tiene el ánimo de adquirir algún bien mueble o inmueble, que supone un desembolso considerable y el contrato de autofinanciamiento viene a solucionar el problema de liquidez, al afrontar el gasto total puesto que supone una compra a plazos, y aún cuando existen otras figuras como el "leasing" (arrendamiento financiero) o el "renting", el autofinanciamiento es un sistema que ofrece menores problemas que estas figuras, además de que es un sistema de compra a plazos que no cobra intereses, tiene la posibilidad de crédito directo de las armadoras, se tiene crédito directo con el banco, aunque es muy limitado, o bien, se puede comprar el bien de contado.

El autofinanciamiento es un sistema que existe en México desde hace más de veinticinco años, aunque a veces se cree que es nuevo. En 1994, cuando el autofinanciamiento inmobiliario es reconocido por el gobierno federal, se publica en el Diario Oficial de la Federación, la legislación respectiva, que permite aplicar este mecanismo tanto a la compra de bienes muebles nuevos, como a la prestación de servicios y adquisición, remodelación, ampliación y construcción de cualquier otro tipo de bienes inmuebles.

En ese mismo año de 1994, además de que había créditos de todo tipo, más del 50% de la venta de automóviles fue a través del autofinanciamiento, por lo sencillo del sistema y su transparencia, pues no importaba que una persona no tuviese comprobantes de ingresos, propiedades, empleo fijo o que estuviera en el buró de crédito; al no cobrar intereses es el más barato. A raíz de 1994, año en que se publicó la primer Norma Oficial Mexicana, también nacen empresas de autofinanciamiento inmobiliario y surge un "boom" espectacular, con crecimiento del 60% anual. Es una figura que ha tenido mucho éxito; en países como Brasil representa el 2% del Producto Interno Bruto.

En momentos en que la economía mexicana sufre un grave revés, provocando las alzas de las tasas de interés, el autofinanciamiento vuelve a surgir como un mecanismo social, accesible y dinámico, que permite un tanto la continuidad a la actividad de diversas ramas de la economía mexicana, siendo la automotriz y la construcción de las empresas más favorecidas.

Producto de la imitación del sistema brasileño, su desarrollo y perfeccionamiento en México, el sistema de autofinanciamiento es, irónicamente, motivo de emulación por el resto de los países de Sudamérica. Además de que México cuenta con procedimientos más depurados respaldados por la tecnología de cómputo y los medios administrativos modernos, así como con un sistema fiduciario que en los últimos años ha permitido integrar una relación más ordenada entre los aspectos financieros y legales. Los bancos, compañías de seguros o las afianzadoras, se han convertido en los fiduciarios responsables de la administración de los fideicomisos, como una garantía adicional

para los consumidores.

El sistema de autofinanciamiento implica (en algunas ocasiones), la desventaja de la no posesión inmediata del bien, aunque sus diferencias con otro tipo de sistemas de financiamiento, lo convierte en una de las opciones de compra más recurridas por las clases de menor poder adquisitivo, como acceso a bienes duraderos.

Los préstamos con los que se adquieren los vehículos son los denominados créditos al consumo. Por lo general, para la concesión de uno, basta con presentar un documento que acredite la identidad, la última declaración de impuestos, las dos últimas nóminas y, ocasionalmente, el testimonio notarial de las propiedades inmobiliarias. Sin embargo, algunas empresas de autofinanciamiento piden pocos requisitos, teniendo en cuenta que el grueso de la población no cumple con muchos de ellos. No obstante, siempre hay que prestar especial atención a varios aspectos:

Seguros. En muchos casos, al contratarse la compra de un auto a través de un sistema de autofinanciamiento, se paga un seguro (a veces ya incluido). Algunas empresas de autofinanciamiento inmobiliario y automotriz incluyen también un seguro de vida, con el fin de proteger a los beneficiarios en caso de que el contratante muera durante el proceso.

Cuotas. Al contratar un préstamo, se puede elegir el número de cuotas anuales – entre doce y veinte-. Cuanto más extenso sea el periodo de amortización – lo normal es entre doce y veinte años – mayor será el costo de la operación, aunque el pago nos vaya a resultar más cómodo.

Intereses. El tipo de interés puede ser fijo o variable. En el primer caso, no podrá cambiar ni al alza ni a la baja, mientras que en el segundo, fluctuará según las circunstancias del mercado.

Comisiones. La de apertura suele llevar incluidos los gastos de estudio, aunque se pueden cobrar aparte. La de cancelación del préstamo se aplica cuando se desea amortizar la deuda antes del periodo contratado. Todas tienen unos porcentajes máximos que no pueden superarse nunca. En el caso de las operaciones a interés fijo, el tope está en el 3% del total financiado, mientras que en las de interés variable debe mantenerse por debajo del 1.5%.¹²⁹

"De cualquier modo, el consumidor puede hacer valer su condición de cliente de una entidad, a la hora de negociar el préstamo, discutiendo los intereses y las comisiones. Por ejemplo, en el caso de los bancos, se conceden préstamos en mejores condiciones a cambio de contratar otros servicios, como la domiciliación de nóminas o hipotecas".¹³⁰

Poseer la mayor cantidad de datos es vital para lograr un buen ahorro y evitar problemas. En este sentido, las quejas más comunes son las referentes a comisiones abusivas y falta de información o transparencia de los contratos y operaciones. La Ley establece que las reclamaciones deben seguir un proceso cuyo primer paso es dirigirse al propio banco o entidad financiera que ha concedido el crédito. Éste debe estudiar las quejas del consumidor y contestar en un plazo de dos meses, que normalmente, se agota. El problema en esta situación es que, en ocasiones, esta demora provoca que la persona que ha realizado la queja se desaliente y no pase a la vía judicial, el siguiente escalón del proceso.

Aún así, estos sistemas de compra seguirán en aumento, incluso por Internet: en Estados Unidos el 15% de las ventas de automóviles se realizaron a través de la red y, en nuestro país, la página de Paragon.com acaparará en los próximos cinco años un 4% de las venta de automóviles en México.

¹²⁹ Esta información se desprende de los estándares o parámetros que manejan, en su generalidad, las empresas de autofinanciamiento y que varían de empresa a empresa.

¹³⁰ Arilla Vila, Manuel. Regulación económica y fiscal de la empresa. Manual de Aplicación, Kratos, México, 1988.

4.2 EFECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DERIVADOS DEL AUTOFINANCIAMIENTO.

Según la Asociación Mexicana de Administradores y Promotores de Sistemas de Autofinanciamiento (AMAPSA), México es la nación con mayor crecimiento mundial en compra de vehículos a través del sistema de autofinanciamiento. Sin embargo, Francisco Chapa¹³¹, su empresa (Autopolis) que vende vehículos a través de Internet, asegura que "cuando la economía del país se encuentra en una etapa de recesión, las tasas de interés son altas, lo que repercute en el sector automotor". Aún así, el coche es, tras la vivienda, el producto para cuya compra se utiliza con mayor frecuencia el pago aplazado.

El sistema de autofinanciamiento se ha constituido como un apoyo más para la economía no sólo de las personas, sino del país. Ello en razón de que, después de las recurrentes crisis económicas por las que ha atravesado el país, los individuos se ven imposibilitados para adquirir (de contado) bienes o contratar servicios, y, consecuentemente, las empresas de toda índole, no reciben inyección de capital y el Estado no recauda las contribuciones (en todas sus formas) generadas por las actividades realizadas por las empresas, formándose un círculo interminable de incapacidad económica.

En este sentido, cuando los consumidores adquieren bienes o reciben servicios utilizando los sistemas de autofinanciamiento, van contribuyendo poco a poco, a que la economía recupere o mantenga, según sea la circunstancia nacional, su ritmo.

4.3 LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO.

El autofinanciamiento es un sistema de comercialización consistente en la integración de grupos de consumidores que aportan mensualmente, a la cuenta de un fideicomiso, una cantidad determinada, acorde al plazo y monto contratado.

Estas aportaciones son destinadas a la adquisición de bienes muebles nuevos, inmuebles o servicios; y son asignados a los consumidores ya sea por sorteo, antigüedad, puntaje, subasta o adjudicación mínima. Estos procedimientos se encuentran establecidos en un contrato de adhesión debidamente registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) conforme a lo establecido por las autoridades competentes y de conformidad con lo establecido en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Las empresas de autofinanciamiento se autodenominan como "empresas administradoras", que operan el sistema de comercialización al que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su reglamento, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 1994.

A este respecto es necesario precisar que el autor Arturo Díaz Bravo, considera: "...el Reglamento para la Comercialización mediante la integración de grupos de consumidores dispone de modo casi incidental que las empresas de autofinanciamiento deben tener la calidad de sociedades mercantiles (arts. 5º, f. III y 7º)"¹³².

En este sentido, el citado autor, hace notar el hecho de que la NOM-143-SCFI-2000, define al proveedor como "persona moral" y que, para poder operar el sistema de autofinanciamiento deben cumplir ciertos requisitos, con los que, una vez satisfechos, la proveedora se entiende autorizada al

¹³¹ <http://www.autopolis.com.mx>

¹³² Díaz Bravo, Arturo, *Contratos Mercantiles*, 7ª. edición, Oxford University Press, México, 2002, p. 120.

efecto, sin necesidad de que expresamente se le faculte para ello, pues, de conformidad con los preceptos con los cuales se reglamentan a estas empresas, solo hace falta que se hagan, a la Secretaría de Economía, las notificaciones y se acompañen los documentos relativos a su constitución y objeto.

A este respecto, cabe precisar que el reformado artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, prevé que las empresas de autofinanciamiento que sólo pueden iniciar sus operaciones mediante previa autorización de la Secretaría de Economía; sin que, tratándose de dicha autorización, pueda operar la afirmativa ficta.

Tales documentos a que hace referencia el autor en comentario son:

- a) Acta constitutiva como sociedad mercantil.
- b) Precisar quién es su representante legal.
- c) Modelo del contrato de fideicomiso que se constituya con el objeto de que la institución fiduciaria solo puede disponer de las aportaciones hechas por los consumidores para la adquisición de los bienes o servicios ofrecidos.
- d) Texto del contrato celebrado con el proveedor de los bienes o servicios prometidos y en caso de inmuebles, los documentos en los que constan las garantías otorgadas.
- e) Manual bajo el cual operará el sistema de autofinanciamiento.
- f) La información relativa a si operará varios sistemas de comercialización y la fecha en que dará comienzo cada uno de ellos.¹³³

Las empresas de autofinanciamiento requieren del establecimiento de un fideicomiso bancario para la administración de las cuotas cubiertas por los integrantes y son constantemente supervisadas por parte de las autoridades financieras nacionales como la Comisión Nacional Bancaria, la Secretaría de Hacienda y el Banco de México. La operación se realiza mediante la firma de un contrato de adhesión debidamente registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor conforme a lo establecido por las autoridades competentes.

Las empresas de autofinanciamiento constituyen grupos cerrados integrados en un fideicomiso en donde es posible la sustitución de los miembros de un grupo solo en caso de traspaso o cancelación de contratos.

Los clientes realizan aportaciones periódicas al fideicomiso de acuerdo al contrato de adhesión. Para garantizar el pago de las aportaciones restantes, la empresa contrata a nombre del cliente un seguro de vida e incapacidad permanente.

Estas cantidades quedan bajo el resguardo de un fideicomiso responsable de la administración y asignación de los recursos en eventos de adjudicación públicos y abiertos que se celebran periódicamente ante la presencia de un fedatario público, en su caso, un interventor de la Secretaría de Gobernación para la verificación de los sorteos, el representante del fiduciario, los representantes de la empresa y los consumidores quienes verifican los procedimientos de adjudicación.

Exclusivamente por orden del Comité Técnico y conforme al contrato establecido, el Fiduciario, previo avalúo del bien y establecimiento de las garantías correspondientes, asigna a los consumidores que resulten adjudicatarios.

Existen dos tipos de fideicomiso relacionados con los sistemas de autofinanciamiento:

¹³³ Ibidem, p. 123.

- a) El fideicomiso cerrado se forma con un número determinado y exacto de participantes que inicia actividades cuando se han completado sus integrantes y se finiquita cuando ha sido cobrada la última cuota de cada uno de sus miembros. En estos fideicomisos se indexa o amarra el monto de las cuotas mensuales a alguna variable en el mercado, como puede ser el valor de los cetes, udis, el salario mínimo general vigente, etcétera; por lo tanto, se incrementará la mensualidad, cuando el precio autorizado del bien o servicio que se pretende adquirir se eleva.
- b) El fideicomiso abierto no requiere número determinado de participantes y permite el constante ingreso de nuevos miembros y la salida de los que hayan cumplido su ciclo de aportación, recepción del beneficio y pago del adeudo.

Hasta el 2000 se tienen registrados 250,000 consumidores a nivel nacional, lo cual equivale a aproximadamente \$ 42,000 millones de pesos contratados. Existen alrededor de 125 empresas de autofinanciamiento que tienen contratos registrados ante la PROFECO pero solo 35 de ellas se encuentran actualmente operando.¹³⁴

Asociación Mexicana De Administradores Y Promotores De Sistemas De Autofinanciamiento

De las 35 empresas de autofinanciamiento que operan actualmente, 15 pertenecen a esta asociación que tiene como finalidad llevar a cabo su integración, comprometiéndolas a observar y fomentar la seguridad, transparencia y equidad en sus operaciones con el público.

La ventaja de utilizar los servicios de las empresas afiliadas a esta asociación es la presunción de mayor confiabilidad por parte de los usuarios de estos servicios ya que las empresas que se encuentran asociadas deben cumplir con ciertos requisitos de legalidad en sus operaciones así como seguir un código de conducta establecido por la asociación, lo cual implica mayor certeza en sus operaciones.

De los 80,000 consumidores pertenecientes al sector inmobiliario, las empresas integrantes de la AMAPSA captan aproximadamente 40,000 consumidores.

4.3.1 NATURALEZA JURÍDICA.

Para entrar al estudio de la naturaleza jurídica de las empresas de autofinanciamiento, es necesario hacer una revisión del esquema financiero mexicano, que de acuerdo con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), se explica de la manera siguiente¹³⁵:

El propósito de un sistema financiero es poner en contacto (intermediar) a las personas que necesitan dinero (demandantes) y a las personas que lo tienen (oferentes), esto es financiamiento; además cumple con la función de ayudar a la circulación eficiente del dinero, esto es el sistema de pagos.

Actividad	¿Qué implica la actividad?
Financiamiento	Cuando las personas o empresas que tienen el dinero lo depositan con una institución del sistema financiero se convierte en ahorro o inversión, que le permiten a la institución financiera dirigirlo con las personas o empresas que

¹³⁴ Información proporcionada, en entrevista, por el Lic. Omar Becerril Flores, de la Dirección Jurídica de la Procuraduría Federal del Consumidor.

¹³⁵ <http://www.condusef.gob.mx>

	lo necesitan convirtiéndose en financiamiento, esta colocación de inversión se le dice crédito.
Sistema de pagos	Para poder comprar, vender o transferir dinero entre las personas y empresas se utilizan instrumentos como: <ul style="list-style-type: none"> • Dinero: billetes y monedas en pesos mexicanos o de otros países como el dólar. • Documentos: cheques, pagarés, letras de cambio, pagarés de tarjetas de crédito conocidos como vouchers. • Medios electrónicos: transferencias entre cuentas por SPEUA, pago de servicios con tarjetas de débito, monederos electrónicos.

El origen del sistema financiero está en actividades (comercios y empresas), que con el tiempo se fueron especializando, por eso es que aún existen establecimientos mercantiles que ofrecen servicio muy similares a algunos de las instituciones del sistema financiero mexicano, por ejemplo el envío de dinero de los Estados Unidos a México, el autofinanciamiento o el crédito para comprar en abonos. Lo anterior da pie a considerar a un sistema financiero formal constituido por las empresas autorizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para este tipo de funciones y otro sistema financiero informal o paralelo que no está regulado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

También hay personas o empresas que ofrecen servicios, que se parecen a los de las instituciones financieras o mercantiles, sin contar con una autorización oficial, que aparentan actuar conforme a la ley, realizando operaciones como préstamos de dinero, firmando pagarés o letras de cambio, dan fianzas o avales cobrando por ello, o cambian cheques u otros documentos, cobrando una comisión.

El riesgo de realizar operaciones con establecimientos que no cuenten con una autorización oficial es que puedan desaparecer con mayor facilidad que las instituciones debidamente autorizadas, llevarse todos sus ahorros e inversiones depositados y en general el usuario puede estar expuesto a arbitrariedades.

Lo anterior se puede resumir en el cuadro siguiente:

Tipo de institución	Pertenece al sistema financiero formal (*)	Autoridad del gobierno que los regula	Organismo que apoya a los clientes o usuarios
Financiera	SI	SHCP	CONDUSEF
Mercantil	NO	SE	PROFECO
No autorizadas	NO	— Ninguna —	— Ninguna —

Al decir **formal**, se refiere al hecho de que es regulada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y supervisada por la CONDUSEF, para asegurarse que el servicio financiero que presta, se apegue a los estándares que dictan las autoridades; sin embargo, no en todos los casos sus depósitos estarán garantizados por el Gobierno Federal por lo que deben conocer los términos y condiciones en que ahorra o invierte.

El sistema financiero formal está integrado por las instituciones y organismos bajo la rectoría de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y en su caso bajo la supervisión independiente del Banco de México, mejor conocido como BANXICO.

El Banco de México regula el sistema financiero, sobre todo desde el punto de vista del sistema de pagos. El sistema de pagos involucra el dinero que usamos, el uso de dinero de otros países que circula en México, y también el dinero representado mediante instrumentos, como dinero en efectivo, documentos (títulos de crédito) o medios electrónicos.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público regula las instituciones del sistema financiero mediante varios organismos que dependen de ella a los cuales se les llama autoridades del sistema financiero, mismos que son:

Nombre abreviado	Nombre completo	Sectores financieros que regula
Comisión Nacional Bancaria y de Valores	Comisión Nacional Bancaria y de Valores	<ul style="list-style-type: none"> • Bancario • Organizaciones y actividades auxiliares del crédito • Bursátil
CNSF	Comisión Nacional de Seguros y Fianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Seguros • Fianzas
CON SAR	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro para el retiro (jubilación / pensiones)
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros	Todos los anteriores en materia de orientación y defensa de los intereses del público que utiliza los servicios y productos de los mismos.

En este punto es conveniente aclarar algunos conceptos:

- Operación financiera: se realiza una operación de este tipo, cuando contrata un servicio o producto financiero; se distinguen de las operaciones mercantiles porque no necesariamente implican la compra o venta directa de un bien tangible, sino que facilitan el acceso a recursos monetarios para efectuar diversas operaciones.
- Servicio: Se refiere a cuando la institución financiera proporciona facilidades al usuario para que pueda realizar la operación, generalmente la institución sólo participa como intermediario.
- Producto: cuando el usuario y la institución financiera firman un contrato para que realicen cierto tipo de operaciones de forma conjunta, responsabilizándose ambas partes por cumplir con lo indicado en el contrato según las condiciones señaladas en el mismo. Son los diversos instrumentos de que dispone una institución financiera, autorizados por la autoridad competente, para llevar a cabo la actividad financiera.
- Persona física: se refiere a los usuarios en lo individual, gente con capacidad jurídica para contratar los servicios y/o productos que ofrecen las instituciones financieras.
- Persona moral: es la unión de dos o más individuos constituidos para un fin común, se refiere a las empresas o sociedades.

A continuación explicaré brevemente la clasificación de las instituciones que componen los diversos sectores del Sistema Financiero Mexicano. El motivo por el cual las instituciones financieras se agrupan en sectores es para tener relacionadas aquellas que realizan actividades similares o cuyos

productos y servicios son regulados por las mismas leyes. Los tipos de instituciones o subsectores del sector financiero son:

Sector Bancario

- Bancos comerciales o institución de crédito de banca múltiple: Son empresas que a través de varios productos captan, es decir reciben el dinero del público (ahorradores e inversionistas) y lo colocan, es decir lo “prestan” a las personas o empresas que lo necesitan y que cumplen con los requisitos para ser sujetos de crédito. También apoyados en los sistemas de pago ofrecen servicios como pagos (luz, teléfono, colegiaturas, etc.) transferencias, compra y venta de dólares y monedas de oro y plata que circulan en México, entre otros.
- Banco de desarrollo o banco de segundo piso o banco de fomento: son bancos dirigidos por el Gobierno Federal, cuyo propósito es desarrollar ciertos sectores (agricultura, autopartes, textil), atender y solucionar problemáticas de financiamiento regionales o municipales, o fomentar ciertas actividades (exportación, desarrollo de proveedores, creación de nuevas empresas). Se les denomina de segundo piso, pues sus programas de apoyo o líneas de financiamiento, los realizan a través de los bancos comerciales que quedan en primer lugar ante las empresas o usuarios que solicitan el préstamo.
- Sociedades Financieras de Objeto Limitado (SOFOL): podemos llamarlos bancos especializados, porque prestan sus servicios solamente para un sector (por ejemplo, construcción, automotriz), o actividad (por ejemplo, consumo a través de tarjetas de crédito), sólo que en lugar de recibir depósitos para captar recursos, tienen que obtener dinero mediante la colocación de valores o solicitando créditos. Su principal producto es el otorgar créditos para la adquisición de bienes específicos – como carros o casas – u operar tarjetas de crédito.
- Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros: (antes Patronato del Ahorro Nacional). Es una institución (Banca de Desarrollo), cuyo propósito es promover el ahorro, el financiamiento y la inversión, así como ofrecer instrumentos y servicios financieros entre los integrantes del sector. Dicho sector está conformado por las Entidades de Ahorro y Crédito Popular, las cuales son: Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo y Sociedades Financieras Populares (antes cajas populares, cajas solidarias, sociedades de ahorro y préstamo, etc.).

También con el objeto de fomentar el hábito del ahorro y el sano desarrollo del sector, canaliza apoyos financieros y técnicos para promover el desarrollo tecnológico, capacitación, asistencia técnica e incremento de la productividad. De esta manera Bansefi está dedicado a atender todo lo relacionado al sector del ahorro y crédito popular.

Cabe mencionar que Bansefi continuará realizando las actividades de captación de ahorro que el Patronato del Ahorro Nacional ha realizado durante muchos años, atendiendo a clientes de bajos recursos.

- Fideicomisos públicos: su propósito es apoyar cierto tipo de actividades definidas. Debido a que cada uno es muy distinto, no se pueden generalizar en su funcionamiento, pero algunos son muy conocidos: INFONAVIT (Instituto del fondo nacional de la vivienda para los trabajadores), FONACOT (Fondo de fomento y garantía para el consumo de los trabajadores), FOVI (Fondo de operación y financiamiento bancario a la vivienda), FONATUR (Fondo nacional de fomento al turismo) y otros más.

Sector De Ahorro Y Crédito Popular

En este nuevo sector participan las Entidades de Ahorro y Crédito Popular, las Federaciones y las Confederaciones. A continuación mencionaremos como esta conformada cada una de ellas.

Las entidades de ahorro y préstamo, están conformadas por las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo y las Sociedades Financieras Populares. Las primeras son sociedades constituidas que operan conforme a la Ley General de Sociedades Cooperativas y las segundas son sociedades anónimas constituidas para operar conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles. Ambas se regirán también por la Ley de Ahorro y Crédito Popular y por las legislaciones aplicables. Se consideran a estas entidades como intermediarios financieros, por lo que deberán contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

Dichas entidades tendrán por objeto el ahorro y crédito popular, es decir, podrán captar recursos del público en general (clientes) o de sus socios y posteriormente colocarlos a través de financiamientos a la micro, pequeña y mediana empresa (clientes), así como a alguno de los socios que lo requiera.

Cada Federación estará conformada con un mínimo de 10 Entidades de Ahorro y Crédito Popular y deberán contar con la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Tendrán como función el hacer cumplir el marco legal y deberán ejercer las facultades de supervisión y vigilancia de manera auxiliar, a las facultades que tiene la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, es decir que cada Federación deberá vigilar y supervisar – de manera auxiliar – a cada una de las Entidades que estén afiliadas a ella y también de todas aquellas no afiliadas que le asigne la Comisión. Dicha función deberá llevarla a cabo a través de un Comité de Supervisión, el cual es autorizado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Al igual que las Federaciones, cada Confederación deberá constituirse con la agrupación voluntaria de cuando menos 5 Federaciones y deberá estar autorizada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Las Confederaciones deberán desempeñar las facultades de administración del Fondo de Protección además de ser el órgano de colaboración del Gobierno Federal para el diseño y ejecución de los programas que faciliten la actividad de ahorro y crédito popular.

Dicho Fondo de Protección tendrá como fin primordial cubrir los depósitos de dinero de cada ahorrador, considerando el monto del principal más sus accesorios.

Tanto las Confederaciones y las Federaciones podrán además realizar las siguientes actividades:

- Fungir como representantes legales de sus afiliadas,
- Prestar asesoría técnica, legal, financiera y de capacitación a sus afiliadas (os),
- Contratar créditos con el objeto de canalizarlos a las Federaciones y Entidades afiliadas que lo requieran,
- Promover la superación y capacidad técnica y operativas de sus afiliadas.

Sector De Organizaciones Y Actividades Auxiliares Del Crédito:

- Empresas de factoraje: Son empresas financieras que se dedican a adquirir, no necesariamente comprar, los derechos de cobro que tienen personas o empresas a través de facturas, pagarés, letras de cambio, contrarrecibos y otros títulos de crédito. Al adquirir los documentos para cobrarle al deudor, es decir, quién los firmó, las empresas de factoraje pagan o adelantan dinero al dueño del derecho de

cobro, menos una comisión por el servicio, a esto también se le conoce como “descuento de documentos”. Se considera una operación de crédito pues el vendedor de los derechos (dependiendo de la modalidad que elija: factoraje con recurso o sin recurso), sigue siendo responsable de que el deudor pague, esto es como conceder un crédito al vendedor a cambio de las facturas. Por medio de esta operación, la empresa de factoraje ofrece liquidez a sus clientes, es decir, la posibilidad de que dispongan de inmediato de efectivo para hacer frente a sus necesidades y obligaciones o bien para realizar inversiones.

- Arrendadoras financieras: Es el instrumento a través del cual una empresa (la Arrendadora), se obliga a comprar un bien para conceder el uso de éste a otra persona (Arrendatario o cliente), durante un plazo forzoso; el arrendatario a su vez se obliga a pagar una renta, que pueden fijar desde un principio las partes, y en su caso los gastos accesorios aplicables. La gran ventaja del arrendamiento consiste en diferir el pago en varias mensualidades y en su caso ejercer la opción de compra, en lugar de la alternativa tradicional de efectuar un desembolso para el pago de contado.
- Uniones de crédito: Tienen por objeto facilitar el acceso del crédito a sus socios, prestar su garantía o aval, recibir préstamos de sus socios, de instituciones de crédito, de seguros y de fianzas. Para ser socio se deberá adquirir una acción o parte social de la propia institución. Los socios a través de la unión de crédito podrán comprar, vender y comercializar insumos, materias primas, mercancías y artículos diversos así como alquilar bienes de capital necesarios para la explotación agropecuaria o industrial.
- Casas de cambio: Son sociedades anónimas dedicadas exclusivamente a realizar en forma habitual y profesional operaciones de compra, venta y cambio de divisas con el público dentro del territorio nacional, autorizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, reglamentadas en su operación por el Banco de México y supervisadas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Cabe mencionar que se entiende por divisa a los billetes, monedas, cheques y ordenes de pago (money orders) en moneda extranjera.
- Almacenes generales de depósito: Tienen por objeto el almacenamiento, guarda o conservación, manejo, control, distribución o comercialización de bienes o mercancías bajo su custodia o que se encuentren en tránsito, amparados por certificados de depósito y pudiendo otorgar financiamientos con garantía de los mismos. También podrán realizar procesos de incorporación de valor agregado, así como la transformación, reparación y ensamble de las mercancías depositadas a fin de aumentar su valor, sin variar esencialmente su naturaleza. Sólo los almacenes estarán facultados para expedir certificados de depósito y bonos de prenda; el “certificado de depósito” permite vender la mercancía sin tener que movilizarla hasta el lugar donde se realice la operación de compraventa, mientras que el “bono de prenda” permite obtener créditos con el respaldo o la garantía de la mercancía cuidada en el almacén.

Los almacenes facultados para recibir mercancías destinadas al régimen de depósito fiscal, podrán efectuar en relación a esas mercancías, los procesos antes mencionados en los términos de la Ley Aduanera.

Sector Bursátil

- Casas de bolsa: Son empresas que ofrecen el servicio de intermediación en el mercado de valores (Bolsa Mexicana de Valores) entre aquellos que desean invertir su dinero, o bien,

las empresas que requieren de algún tipo de financiamiento, estas operaciones se realizan a través de instrumentos denominados valores. La intermediación es cuando estas instituciones financieras ponen en contacto a los inversionistas o personas que desean comprar, vender o transferir entre ellos los valores; esta es la principal razón por la cual las casas de bolsa no pueden garantizar ganancias al inversionista ya que ellas no son responsables de que tan bueno o malo es el instrumento que se compra.

- Sociedades de inversión y Operadoras, distribuidoras y administradoras de sociedades de inversión: Son empresas cuyo fin es administrar inversiones en el mercado de valores. En este caso el usuario a través de la operadora, distribuidora o administradora, compra y vende acciones de las sociedades de inversión en las que esta interesado en participar, y el usuario inversionista (dependiendo del éxito de la sociedad), tiene ganancias o pérdidas. La gran diferencia en participar en el mercado de valores a través de una casa de bolsa y una sociedad de inversión, es que en la sociedad de inversión, un grupo de gente profesional toma las decisiones de cómo invertir el dinero de todos los socios (es decir los accionistas), para obtener el mejor rendimiento posible de acuerdo al riesgo que se quiere tener. Esto es similar a las SIEFORES.
- Socios liquidadores y Socios operadores: son empresas que ofrecen el servicio de intermediación en el mercado de derivados (MexDer). Al igual que con las casas de bolsa sólo ponen en contacto a los compradores y vendedores por lo que no garantizan rendimientos.

Sector Seguros Y Fianzas

- Instituciones de seguros o Aseguradoras: Son empresas que a cambio de un pago, conocido como prima, se responsabilizan de pagar al beneficiario una suma de dinero limitada o reparar el daño que sufra la persona o la cosa asegurada ante la ocurrencia del siniestro previsto cuando cumpla ciertos requisitos indicados en un documento llamado póliza. Existen pólizas para cubrir problemas como los accidentes y enfermedades personales, daños o robos en nuestros bienes, e incluso para planes de retiro o jubilación.
- Sociedades mutualistas de seguros: Son instituciones de seguros en las cuales el cliente es considerado como un socio más de la mutualidad, por lo cual si la empresa se desarrolla favorablemente puede pagar dividendos entre los usuarios.
- Instituciones de fianzas: Son empresas que a cambio de un pago pueden otorgar fianzas, es decir, garantizar que se cumplirá una obligación; y si no, la afianzadora le pagará al beneficiario una cantidad fijada en el contrato de fianza para restituir los daños que puede causar este incumplimiento del fiado. Cabe mencionar que sólo las afianzadoras pueden cobrar por dar fianzas, y aunque las personas físicas pueden firmar como fiadores, no pueden cobrar.

Sistemas De Ahorro Para El Retiro

- Administradoras de fondos para el retiro (AFORES): Son empresas que administran el dinero de la cuenta individual del SAR del trabajador inscrito en el IMSS. Al administrar el dinero, tienen la obligación de informar (mediante un estado de cuenta, mínimo cada año) la cantidad ahorrada en la cuenta individual del trabajador que es invertida en una SIEFORE.

Es muy importante entender que sólo los trabajadores inscritos en el IMSS administran su cuenta individual del SAR a través de las AFORES, pues los trabajadores inscritos al ISSSTE o al ISSFAM manejan sus recursos a través de los bancos designados para este fin.

- Sociedades de inversión especializadas en fondos para el retiro (SIEFORES): Son empresas a través de las cuales las AFORES invierten el dinero de las cuentas individuales de los trabajadores para maximizar la ganancia buscando la protección del ahorro para el retiro.

La lista anterior de sectores no es exhaustiva, en su caso, se puede contactar a CONDUSEF, quien pone a disposición de los usuarios un [Registro de Prestadores de Servicios Financieros](#), en el que el usuario puede consultar qué instituciones financieras están debidamente autorizadas para operar, lo cual permite cerciorarse que la institución está debidamente constituida para realizar operaciones financieras.

Ahora bien, después de este breve análisis del sistema financiero, se puede concluir que las empresas de autofinanciamiento, si bien realizan funciones de crédito, no están consideradas, de manera formal, como una entidad financiera integrante del sistema financiero mexicano, tal como las clasifica la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, ello en razón de que considera que las empresas de autofinanciamiento son empresas de naturaleza mercantil, no financiera, respecto de la cual corresponde a la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor su autorización y registro.

Lo anterior se ilustra con el siguiente cuadro:

	AHORRO	INVERSIÓN
Instituciones financieras con productos e instrumentos financieros orientados al ahorro y la inversión	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Nacional del Ahorro y Servicios Financieros (Bansefi) • Instituciones de crédito (Bancos comerciales) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedades de Inversión Especializadas en Fondos para el Retiro (SIEFORES) a través de las Administradoras de Fondos para el Retiro (AFORES) • Sociedades de Inversión a través las Operadoras de Sociedades de Inversión (Independientes, Bancarias y en Casas de Bolsa) • Casas de Bolsa • Sociedades de Ahorro y Prestamo (SAP's)
Instituciones financieras con servicios de apoyo		<ul style="list-style-type: none"> • Seguros dotales • Seguros de pensiones / Seguros de retiro
Instituciones no financieras		<ul style="list-style-type: none"> • Autofinanciamientos (basados en grupos cerrados y con fideicomisos para las aportaciones) • Cajas de Ahorro • Cooperativas de Ahorro y Crédito • Cajas Solidarias
Formas oficiales no relacionadas con instituciones		<ul style="list-style-type: none"> • Fondo de ahorro del empleado (si se ofrece en el lugar de trabajo)

Formas populares no oficiales		<ul style="list-style-type: none"> • Tanda (es recomendable que al menos obtenga los recibos por sus aportaciones)
-------------------------------	--	---

Del cuadro precedente, podemos ver que la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros clasifica a las empresas de autofinanciamiento como **instituciones no financieras de inversión**; y el criterio utilizado para agruparlas como inversión está en función de la seguridad que ofrece este medio, es decir, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros considera que las empresas de autofinanciamiento ofrecen menor seguridad de los depósitos de ahorro o inversión que serán devueltos, en este caso traducidos en un bien.

Sin embargo, cabe precisar que la Secretaría de Economía, que es la encargada de vigilar la constitución y registro de las empresas de autofinanciamiento, emitiendo la autorización correspondiente, las considera como "otras entidades crediticias", distintas a las entidades crediticias propiamente dichas como los bancos.

4.3.2 REGULACIÓN.

La Secretaría de Economía, regula a las empresas de autofinanciamiento a través del Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el martes 17 de mayo de 1994 y las ha venido regulando a través de las Normas Oficiales Mexicanas 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 viernes 8 de julio de 1994, NOM-EM-006-SCFI-1999 y NOM-143-SCFI-2000 publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de septiembre de 2000.

Dentro de la Guía de Trámites para Iniciar u Operar un Negocio, que posee la Secretaría de Economía, no se encuentra de manera específica alguna que se refiera a los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores (empresas de autofinanciamiento), sino que engloba los trámites que deben seguir estas empresas, dentro de los que se contemplan para aquéllas que pretenden constituirse como "otras entidades crediticias", para así distinguirlas de manera genérica de las que sí se consideran como tales, es decir, los bancos, sociedades de ahorro y crédito, etc., tienen una guía específica.

Dentro de los anexos del presente trabajo, se encuentra la Guía de Trámites que detalla la Secretaría de Economía, para las personas que deseen conformar una sociedad dedicada a los sistemas de autofinanciamiento.

La Secretaría de Gobernación vigila los sorteos en cumplimiento con lo establecido en la Ley Federal de Juegos y Sorteos; el Banco de México regula los fideicomisos a través de la circular 2019/95, punto M.31; siendo la PROFECO, la encargada de autorizar los contratos de adhesión.

Asimismo, en la Ley Federal de Protección al Consumidor, se establece que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), mediante normas oficiales mexicanas podrá sujetar los contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento. Las normas podrán referirse a cualesquiera de los términos y condiciones, excepto precio (artículo 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

En caso de que los contratos de adhesión requieran de registro previo ante la PROFECO, ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro (artículo 87 de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

El 19 de septiembre de 2000 fue cancelada la Norma Oficial Mexicana de Emergencia NOM-EM-006-SCFI-1999 que fue expedida para regular temporalmente los autofinanciamientos, ya que en esa fecha se publicó la Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, la cual es la norma vigente que los regula.

Esta Norma se denomina 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), y contempla dentro de sus aspectos mas importantes los siguientes:

- a) Los grupos deberán tener como máximo 180 consumidores cuando se trate de bienes muebles y servicios no mobiliarios, o de 600 en el caso de bienes inmuebles y servicios inmobiliarios.
- b) El plazo del contrato de adhesión en 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.
- c) 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.
- d) 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:"
 - 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.
 - Los sistemas de autofinanciamiento son sistemas de comercialización que no permiten la entrega de dinero ni el otorgamiento de préstamos a los consumidores.
 - 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.
 - El consumidor participará en los actos de adjudicación siempre que se encuentre al corriente y pague puntualmente la cuota periódica total correspondiente.
 - La cancelación o rescisión del contrato está sujeta a penas convencionales, las cuales deben estar claramente especificadas en el contrato de adhesión.
 - El sistema de autofinanciamiento debe contar con un estudio actuarial de viabilidad financiera. El proveedor debe poner a disposición del consumidor el resumen correspondiente.

- 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.
- 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.
- Lea con detenimiento el contrato de adhesión antes de firmarlo.
- Consulte la NOM-143-SCFI-2000.

e) El contrato de adhesión que utilice el proveedor para comercializar el sistema de autofinanciamiento deberá estar registrado ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

f) 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.

g) 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.

Dentro de este marco regulatorio aplicable a las empresas de autofinanciamiento, se encuentran las normas emitidas por el Banco de México a través de su circular 2019/95.

Si bien es cierto que dichas normas contenidas en la circular 2019/95 del Banco de México están dirigidas a las Instituciones de crédito, también lo es que, por lo que respecta al autofinanciamiento, solamente se refieren al desempeño de fideicomisos en los que se administren sumas de dinero que aporten periódicamente grupos de consumidores integrados mediante sistemas de comercialización, destinados a la adquisición de bienes muebles nuevos y/o la prestación de servicios no inmobiliarios, en términos del artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás disposiciones aplicables.

A este respecto, la circular 2019/95, da la posibilidad a las empresas de autofinanciamiento, de que funjan como fideicomitentes únicos en cada fideicomiso que para tal efecto se constituya. En caso de extinción total o parcial del fideicomiso, las empresas comercializadoras (como denomina el Banco de México a las empresas de autofinanciamiento) deben cumplir con todas las obligaciones asumidas con motivo de su operación.

En los contratos de fideicomiso que pacten las instituciones de crédito fiduciarias con las empresas comercializadoras deberán incluirse las obligaciones que a continuación se señalan a cargo de las empresas de autofinanciamiento:

- a) Abstenerse de incluir en cualquier tipo de publicidad la mención de la denominación de la Institución fiduciaria, así como cualquier otra expresión, simbología, emblema o logotipo que induzca a error o confusión entre los participantes de tales sistemas, respecto de la persona jurídica con la que se está contratando la operación correspondiente.

- b) Abstenerse de incluir en la referida publicidad, así como en la demás documentación relativa, que la operación en cuestión ha sido materia de autorización y/o aprobación por parte del Banco de México o de cualquier otra autoridad financiera.
- c) Incorporar en los contratos que celebren con los clientes, alguna cláusula que señale que, las obligaciones respecto de la entrega de los bienes muebles nuevos y/o la prestación de servicios objeto de las operaciones contratadas, serán a cargo de la empresa comercializadora y que por ningún motivo en el cumplimiento de tales obligaciones, están involucradas las instituciones que actúen como fiduciarias.
- d) El establecimiento de un mecanismo con base en el cual se cercioren de que las empresas comercializadoras dieron cumplimiento a la elaboración y entrega a la Procuraduría Federal del Consumidor, de las versiones completas de los estudios actuariales respecto a la viabilidad financiera del sistema (obligación prevista en el numeral 4.5.5 de la Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI –2000), debiendo corroborar la veracidad de la información que reciben de tales empresas con la Procuraduría Federal del Consumidor; y,
- e) Que, en cumplimiento a la obligación prevista en el segundo párrafo del numeral 7.1 de la Norma Oficial Mexicana NOM – 143 – SCFI – 2000, relativa a que los proveedores proporcionen 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; en atención a ello, las empresas comercializadoras tendrán la obligación de entregar a la institución fiduciaria, en forma trimestral y por grupo de consumidores, la información estadística relativa al número de 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; pagos adelantados antes y después de la adjudicación; mora; cartera vencida; valor o valores mínimos y máximos de los bienes o servicios contratados; saldos del fondo común; recursos aportados por el proveedor, y la demás información que permita conocer el desarrollo de la operación.¹³⁶

4.4 PROBLEMÁTICA ACTUAL DE AUTOFINANCIAMIENTO DERIVADA DE LAS EMPRESAS QUE PRESTAN ESTE SERVICIO.

Actualmente existen más de ciento veinticinco operadoras dedicadas al sistema de autofinanciamiento, pero sólo alrededor de treinta y cinco están registradas, de las cuales más de la mitad son para adquirir un bien inmueble y el resto para la adquisición de automóviles y otros. Algunos pertenecen a la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento (AMAPSA); otros, los de automóviles, pertenecen a la Asociación Mexicana de Automóviles (AMDA) y otros más son independientes.

La principal problemática que presentan estos sistemas de comercialización es el retraso en la entrega de los bienes objeto de autofinanciamiento, sobre todo el autofinanciamiento de vehículos, y el caso más sonado y reciente es el de la empresa PUBLI XIII, que, aunque no se anuncia como una empresa dedicada al autofinanciamiento, sí lo realiza.

Según Juan Carlos Rincón, enviado de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal a la legislatura local, donde se entrevistó con la Comisión de Administración y Procuración de Justicia, el fraude podría ir más allá de los 85 millones 680 mil pesos, toda vez que el esquema utilizado por

¹³⁶ Información proporcionada, en entrevista, por el Lic. Miguel Carrillo, asesor de la CONDUSEF.

los defraudadores (“disfrazados” de empresas de autofinanciamiento) es “piramidal”¹³⁷.

En la reunión también estuvo presente la subprocuradora de Servicios al Cliente de la Procuraduría Federal del Consumidor, Gabriela Hernández, quien afirmó que en la zona metropolitana de la Ciudad de México han recibido miles de denuncias contra estas empresas.

Desde que salieron a luz los primeros elementos de fraudes, la Procuraduría Federal del Consumidor habría recuperado cerca de 15 millones de pesos, tanto en dinero como en la entrega de vehículos. Hasta el momento se trabaja en la integración de todas las averiguaciones previas y en la etapa de ratificación de denuncias. Cada uno de los casos tiene diferentes datos, aunque en todos siempre existió un convenio de compraventa.

Los defraudadores primero pedían todo el dinero completo para hacer efectiva la supuesta transacción, pero después hicieron más flexible su trato y lo podían entregar en partes. Así, el tipo de operar que tenía la empresa “hace más complicada la investigación”, indicó el diputado Gerardo Villanueva.

El legislador Alfredo Hernández Raygoza señaló que la actuación de empresas como Publi XIII o el Grupo Financiero Publicitario, de un total de cuatro empresas detectadas que actúan en la misma forma, obliga a la legislatura local a reformar leyes y ordenamientos para inhabilitar este tipo de operaciones fraudulentas. El caso de la empresa de publicidad se complica, ya que una cláusula de comercialización no ha podido cumplirse, lo que podría resultar en la requisa de los vehículos.

Bernardo Bátiz Vázquez, titular de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (PGJDF), consideró que el número de personas presuntamente defraudadas es muy elevado. En tan sólo 24 horas, precisó, se iniciaron 50 averiguaciones previas contra Publi XIII. Bátiz Vázquez explicó que las primeras denuncias por este caso ya fueron consignadas, pero con las averiguaciones posteriores se integrará un solo expediente, a fin de hacer más eficiente el trabajo ministerial.

Publi XIII es una empresa registrada como sociedad anónima, lo que ha dificultado que se establezca la responsabilidad directa a una sola persona por el presunto fraude, sin embargo Bátiz aseguró que se realiza un seguimiento a las actividades de los directivos de esta empresa para evitar que se den a la fuga.

De acuerdo con la legislación vigente, puntualizó, nadie puede ser encarcelado por deudas de carácter civil, por lo que es necesario precisar si el retraso de la entrega de automóviles ha sido intencional o es el resultado de una incorrecta planeación empresarial. Y es que más de mil personas han denunciado que esta empresa les ofreció un auto último modelo a cambio de pagar el enganche y portar publicidad diversa por tiempo definido.¹³⁸

Al parecer, refirió el procurador, Publi XIII no ha vendido suficientes espacios de publicidad y podría presentarse otro problema, pues se esperaba que con el pago de los anuncios se liquidaran los autos, y al no existir, las agencias automotrices podrían rescindir el contrato y exigir la entrega de la unidad.

Por ello hizo un llamado a los consumidores defraudados para que “no le echen más dinero bueno al malo” y que eviten caer en despachos jurídicos que ofrecen representarlos a cambio de cuotas de 2 y 3 mil pesos.

¹³⁷ Información proporcionada por la Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA).

¹³⁸ www.reforma.com.mx

Se estima que tan sólo en el Distrito Federal, unas 2 mil personas interpusieron demandas en contra de la empresa -congregando un total de 300 averiguaciones previas-. Además, se presume que el monto del adeudo de Publi XIII para con sus 'clientes', es de 60 millones de pesos a lo largo del país.

Por otra parte, a través de un desplegado en su página de Internet, Publi XIII asegura estar "dispuesta a ofrecer las garantías de carácter inmobiliario necesarias en los convenios para que los contratantes tengan la seguridad de que recibirán su pago correspondiente, ante la vigilancia de las autoridades pertinentes".¹³⁹

Para esto, añade el comunicado, la empresa apela a la "buena fe de los inconformes" y "garantiza que las unidades asignadas se mantendrán en poder de los beneficiarios, quienes podrán seguir disfrutando de su vehículo, ya que por ningún motivo les serán recogidas por empresa automotriz alguna".

Además, Publi XIII 'justifica' que los recortes aplicados en materia de publicidad por las empresas nacionales, -y que por ende habrían afectado el ritmo de entrega de vehículos por parte de Publi XIII- es atribuible a "la contracción económica que vive el país, así como los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001".

En Guanajuato existen por lo menos 365 denuncias por fraude en contra de quien resulte responsable sobre el caso Publi XIII.

Por lo pronto, las autoridades estatales, previa orden de un Juez, procedieron con el arresto de tres ex empleados de Publi XIII, a quienes incluso ya se les ha dictado auto de formal prisión.

En León, han sido presentadas denuncias en contra de la empresa de publicidad móvil por parte de ciudadanos provenientes de los municipios de León, Silao, Irapuato, Celaya, Salamanca, Salvatierra, Dolores Hidalgo, Ciudad Manuel Doblado, Victoria e incluso de municipios de otras entidades como Lagos de Moreno, Jalisco¹⁴⁰.

José Jesús Wintilo Vega Murillo, encargado de la oficina de Profeco (Procuraduría Federal del Consumidor) en Irapuato, informó que del 2002 al 2003, se incrementaron en un 500 %, las quejas en contra de la empresa Publi XIII.

Agregó que actualmente la empresa tiene una demanda que asciende a los 4 millones de pesos, por no atender las recomendaciones de Profeco. La empresa Moving Publicity, S.A. de C.V. (Publi XIII), ofrece automóviles a cambio de cantidades que van desde los 32 mil a los 61 mil pesos, a cambio de que el consumidor exhiba durante 3 y hasta 5 años publicidad en su vehículo. En el contrato, la empresa se comprometía a entregar el auto en 9 meses.

Esta empresa tiene sucursales en el área Metropolitana y en por lo menos 20 ciudades del país. Los lugares con mayor incidencia de quejas son León, y en la ciudad de México, la Delegación Benito Juárez.

Comentó que los principales motivos de reclamación de los consumidores son el incumplimiento de la entrega de los autos, entrega de un vehículo distinto al comprometido. Así como la falta de devolución de la cantidad aportada inicialmente cuando se cancela el contrato. El encargado añadió que PROFECO tiene conocimiento de la aparición de empresas con esquemas similares al de Publi XIII, por lo cual hizo un llamado a la ciudadanía para que se asesoren gratuitamente con PROFECO, antes de realizar una compra.

¹³⁹ <http://www.publixiii.com.mx>

¹⁴⁰ <http://www.a.m.irapuato.com.mx> (periodico virtual)

- Si el consumidor desea cancelar el contrato, el monto de la pena sería del 30 % del valor de lo que haya aportado como enganche.
- Si desea el reembolso, el interesado tendría que meter una carta y después de 3 meses vería su dinero, sin recibir intereses adicionales.
- En el caso del reembolso, podría recibir alguna compensación (intereses por el tiempo que prestó su dinero), sólo si inicia un juicio en el que, dicho sea de paso, no hay límite de tiempo establecido.

En octubre del 2001, se publicó en internet el primer mensaje sobre Publi XIII, por un "internauta", llamado Eloy Ramírez (eloy_ramir@terra.com.mx), quien preguntaba: "*¿Dónde puedo investigar a una empresa llamada Publi XIII que ofrece planes de autofinanciamiento muy buenos, demasiado buenos diría yo? El plan de esta empresa es dar un enganche inicial para algún automóvil y las mensualidades serán pagadas por medio de publicidad en el auto*". La Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, recomendó verificar los antecedentes de la empresa, porque ya desde entonces era objeto de una investigación por publicidad engañosa.

La Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), informa que ha identificado empresas que operan de manera similar a Publi XIII, esto es, "*ofrecen la entrega de un automóvil a cambio de un pago moderado y de portar publicidad en la carrocería*".¹⁴¹

En el marco de sus atribuciones, la Procuraduría Federal del Consumidor, ha atendido las quejas presentadas en contra de estas empresas, ha colocado sellos de advertencia en las oficinas y previene a la población acerca del riesgo que conlleva la contratación de las mismas, ya que las reclamaciones han sido por la falta de entrega de los vehículos y por no devolver la cantidad aportada por el consumidor.

Las empresas que la Procuraduría Federal del Consumidor ha identificado son las siguientes:

- **Diseño y Construcción García Arroyo, S.A. De C.V.** a la fecha se han presentado 148 quejas, en Cancún, Culiacán, Hermosillo, Mérida, Naucalpan, Xalapa y Villahermosa.
- **Arrendadora Publicitaria del Valle de México, S.A. de C.V. y/o Grupo Financiero Publicitario, S.A. de C.V.** a la fecha se han presentado 14 quejas, en Morelia, San Luis Potosí, D.F., Cuernavaca, Naucalpan, Nezahualcoyotl, Querétaro, Tlalnepantla, Toluca y Villahermosa.
- **Mas Publicidad a Car, S. de R. L. de C. V.** a la fecha se han presentado 75 quejas, en Monterrey, Saltillo y Torreón.
- **Publitorado, S. A. de C. V.** a la fecha se han presentado 3 quejas, en Guadalajara.
- **Buss Car Publicidad en Movimiento, S. de R. L. de C. V.** a la fecha no se han presentado quejas. Esta empresa está ubicada Monterrey, N.L.
- **Odin Imagen Publicitaria, S. A. de C. V.** a la fecha no se han presentado quejas. Esta empresa está ubicada México, D.F.
- **Enterprise Consorcio de Fomento Empresarial, S. A. de C. V.** a la fecha no se han presentado quejas. Esta empresa está ubicada México, D.F.
- **Arte en tu Auto, S.A. de C.V.** a la fecha se ha presentado una queja, en Tampico, Tamps.
- **Operadora de Publicidad y Promociones, S.A. de C.V.** a la fecha no se han presentado quejas. Esta empresa está ubicada México, D.F.
- **Corporativo Publiclass, S.A. de C.V.** a la fecha no se han presentado quejas. Esta empresa está ubicada en Cuernavaca.

Si bien el registro del contrato de adhesión no es obligatorio para este tipo de empresas, algunas de éstas lo han solicitado; sin embargo, PROFECO ha negado a todas ellas el registro de su contrato, por no cumplir con las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

¹⁴¹ www.jornada.unam.mx

4.4.1 LAVADO DE DINERO.

El lavado de dinero encuadra en el tipo penal denominado como operaciones con recursos de procedencia ilícita. Las conductas delictivas relacionadas con operaciones con recursos de procedencia ilícita pueden producirse tanto en el ámbito federal como en el común y, aunque suelen ser más frecuentes o de mayor volumen en materia federal, por la relación que pueden tener estos ilícitos con el narcotráfico, el contrabando, el tráfico ilegal de armas y otros delitos que generan cuantiosos bienes, también es cierto que en materia común estas conductas que configuran el delito de lavado de dinero, se dan en empresas como pueden ser las de autofinanciamiento.

Este delito aparece en el Código Penal como producto de la reforma de 1996, ya que anteriormente aparecía en el artículo 115 bis del Código Fiscal de la Federación; dicho precepto legal tipificaba al lavado o blanqueo de dinero como la conducta "que consiste en invertir en operaciones lícitas, dinero proveniente, producto de actividades delictivas, cualquiera que sea la naturaleza de éstas".

Las reformas legislativas del 13 de mayo de 1996, desaparecen la tipificación de esta conducta dentro del Código Fiscal de la Federación y en su lugar encontramos al artículo 400 bis del Código Penal Federal (y en el fuero común, se encuentra en el Título Décimo Sexto, artículo 250, relativo a las operaciones con recursos de procedencia ilícita), precepto que mejora al anterior, ya que da la posibilidad de que la Procuraduría General de la República intervenga en la investigación, sin necesidad de la querrela de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, tal como lo disponía el ahora derogado artículo 115 del Código Fiscal de la Federación.

El artículo 400 BIS del Código Penal Federal prevé:

"ARTÍCULO 400 BIS.- Se impondrá de cinco a quince años de prisión y de mil a cinco mil días multa al que por sí o por interpósita persona realice cualquiera de las siguientes conductas: adquiera, enajene, administre, custodie, cambie, deposite, dé en garantía, invierta, transporte o transfiera, dentro del territorio nacional, de éste hacia el extranjero o a la inversa, recursos, derechos o bienes de cualquier naturaleza, con conocimiento de que proceden o representan el producto de una actividad ilícita, con alguno de los siguientes propósitos: ocultar o pretender ocultar, encubrir o impedir conocer el origen, localización, destino o propiedad de dichos recursos, derechos o bienes, o alentar alguna actividad ilícita."

El artículo precitado plantea tres aspectos fundamentales: el origen de los bienes, que es la realización de actividades ilícitas; las operaciones realizadas o a realizar, que se pueden resumir en la celebración de esas operaciones y en efectuar transferencias de los bienes dentro o fuera del país y los fines que se persiguen; y, los fines que se consiguen con eso.

Actualmente este tipo penal se encuentra en el artículo 400 BIS del Código Penal Federal, está considerado como un delito de carácter internacional y consiste en invertir en operaciones lícitas, dinero proveniente o producto de actividades delictivas, cualquiera que sea la naturaleza de éstas.

El autor Pedro Zamora Sánchez propone una definición de lavado de dinero, refiriendo que dicho concepto debe tener un alcance internacional a fin de concretar su procedimiento y especificar las actividades que lo apoyan; dicha definición es la siguiente:

"El lavado de dinero es el proceso mediante el cual se realiza cualquier acto u operación con divisas o activos que provengan de una actividad tipificada como delito por la legislación del país en el que se efectúen dichos actos u operaciones, con el propósito fundamental de ocultar el origen ilícito de tales divisas y activos, utilizando una serie de actos permitidos por la ley, para llegar a un fin

*prohibido por la misma*¹⁴².

Este delito es un ilícito que reviste especial complejidad en su estructura, en razón de que dicho precepto enumera diversas acciones, conductas o formas de comisión del delito y numerosos propósitos, lo cual da por resultado múltiples hipótesis, es decir, que se contemplan diversas conductas generadoras del ilícito de "lavado de dinero" y éstas son: adquirir, esto es lograr, hacer propio algo, que en este supuesto delictivo se traduce en una cosa, una suma de dinero o un derecho; enajenar es un término amplio que implica cualquier forma de transmitir el dominio de una cosa o un derecho, la enajenación puede efectuarse mediante diversas formas de convenio, o más concretamente contrato; administrar en términos generales es conducir con éxito el funcionamiento de una empresa o negociación; custodiar es cuidar, tener bajo vigilancia cuidadosa algo; cambiar es también un vocablo amplio que tanto puede abarcar la conversión de la moneda, como la transformación física de objetos producto del delito; depositar se refiere a depósitos bancarios o análogos; dar en garantía es asegurar, proteger algo, generalmente una operación o la presencia de un sujeto en un procedimiento; invertir es emplear, manejar bienes, no solo dinero, en operaciones especulativas, con el fin de obtener un lucro o beneficio económico. Las inversiones pueden ser parte de la administración. Transportar, es trasladar de un lugar a otro, ya sea dentro del territorio nacional; dentro de una entidad federativa a otra, o del extranjero al país o viceversa.

Transferir se entiende, en la especie, que se trata de operaciones principalmente bancarias mediante las cuales, numerario, títulos de crédito o documentos análogos se sitúan en diversos lugares, se trasladan de éstos, se cambian por otros bienes, se transforman sin necesidad de movimientos físicos. Estas operaciones pueden realizarse dentro del territorio nacional al extranjero o a la inversa y pueden ser parte de la administración.

Los bienes susceptibles de las conductas pueden serlo prácticamente todos; en primer lugar se señalan los recursos, término muy amplio que significa bienes, cosas, medios de subsistencia e incluso en algunos casos, personas físicas, en general todo aquello que tenga significación económica. También se consideran dentro del ilícito, a los derechos, que se entienden como facultades o poderes jurídicos de una persona determinada, dentro de una relación jurídica, derechos que deben tener un contenido patrimonial. Exige el numeral en estudio, que las mencionadas operaciones se lleven a cabo con conocimiento de que proceden o representan el producto de una actividad ilícita.

En cuanto a los fines, propósitos u objetivos que se persiguen con la realización de las conductas mencionadas en el propio precepto, se señalan ocultar o pretender ocultar, encubrir. Es importante resaltar el propósito de impedir conocer el origen de los bienes en cuestión, pues éste constituye precisamente la procedencia ilícita; en cuanto a impedir la localización y propiedad de los citados recursos, es también primordial este propósito, porque con ello se obstaculiza el aseguramiento de tales bienes; en cuanto al destino de los multicitados bienes, éste puede ser una actividad lícita, lo cual constituirá la culminación del lavado de dinero.

En el segundo párrafo del precepto en comento, se tipifica y sanciona una forma de encubrimiento de las conductas mencionadas en el inicio del numeral, consistente en que los empleados o funcionarios de las instituciones que integran el sistema financiero, ayuden o auxilien en la comisión de los ilícitos precitados. El siguiente párrafo se refiere a cuestiones de penalidad, agravándose ésta, cuando la conducta ilícita la cometan servidores públicos encargados de prevenir, denunciar, investigar o juzgar la comisión de delitos.

Se encuentra dentro del mismo numeral, el requisito de procedibilidad, que es la denuncia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en el caso de que los delitos previstos en el artículo en comento, se cometan utilizando los servicios del sistema financiero. Se establece en este precepto

¹⁴² Zamora Sánchez, Pedro, Marco Jurídico del lavado de dinero. Ed. Oxford University Press, 1999, p. 4.

la obligación, para la mencionada Secretaría, de denunciar la probable comisión de los delitos referidos, relacionados con el sistema financiero, cuando dichas dependencias en funciones de fiscalización detecten la posible comisión de tales ilícitos.

En el párrafo sexto del artículo en estudio, se prevé la definición de "producto de una actividad ilícita". El contenido de este párrafo es de singular importancia, ya que hay opiniones en el sentido de que se revierte la carga de la prueba. Se apoyan dichas opiniones en que, al afirmarse en el artículo 400 BIS del Código Penal Federal que, "...se entiende que son producto de una actividad ilícita ... cuando existan indicios infundados ... y no pueda acreditarse su legítima procedencia", corresponde al inculpaado acreditar la legítima procedencia de los bienes producto del delito y al Ministerio Público únicamente recabar indicios.

En caso de conductas previstas en el artículo 400 BIS del Código Penal Federal, en las que se utilicen servicios de instituciones que integran el sistema financiero, para proceder penalmente se requerirá la denuncia previa de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Cuando dicha Secretaría, en ejercicio de sus facultades de fiscalización, encuentren elementos que permitan presumir la comisión de los delitos referidos anteriormente, deberá ejercer respecto de los mismos las facultades de comprobación que le confieren las leyes, y, en su caso, denunciar hechos que probablemente puedan constituir dicho ilícito.

Para efectos de este artículo, se entiende que son producto de una actividad ilícita, los recursos, derechos o bienes de cualquier naturaleza, cuando existan indicios fundados o certeza de que provienen directa o indirectamente, o representan las ganancias derivadas de la comisión de algún delito y no pueda acreditarse su legítima procedencia.

Para los mismos efectos, el sistema financiero se encuentra integrado por las instituciones de crédito, de seguros y fianzas, almacenes generales de depósito, arrendadoras financieras, sociedades de ahorro y préstamo, sociedades financieras de objeto limitado, uniones de crédito, empresas de factoraje financiero, casas de bolsa y otros intermediarios bursátiles, casas de cambio, administradoras de fondos para el retiro y cualquier otro intermediario financiero o cambiario.

Ahora bien, el lavado de dinero constituye esencialmente un instrumento al que recurren los tráficos ilícitos (drogas, armas, joyas, piezas de arte); en todos estos aspectos y niveles, se desarrolla y usa una alta capacidad de corrupción. Entre estas actividades, el tráfico de drogas destaca por su envergadura y trascendencia; el narcotráfico ha utilizado cada vez más y ha contribuido a desarrollar y perfeccionar el lavado de dinero. Con el lavado de dinero se trata de inventar mecanismos e instrumentos que permitan convertir en lícito el dinero de las ganancias de todo tipo de tráfico, es por ello que puede valerse de individuos, grupos, organizaciones e instituciones, tanto en los sectores privados como públicos.

El lavado de dinero a través de una empresa se constituye como una opción muy recurrente, en razón de que el dinero proveniente de actividades ilícitas es cuantioso, tiene alta tasa de rentabilidad y acumulación, con enormes ganancias, inversiones y reinversiones, amén de que fácilmente se logra insertar en la economía legal a través de una red de inversiones lícitas en prácticamente todas las ramas y sectores de aquella, otorgando asimismo, la provisión de empleo, ingreso y consumo a una amplia gama de grupos, razón por la cual también se convierte en un ilícito de recurrente comisión, por lo atractivo de los "beneficios" que conlleva.

El lavado de dinero se ha desarrollado y perfeccionado de una manera exacerbada a través de la constitución de empresas, en cualquiera de sus rubros; sin embargo, las empresas de autofinanciamiento se ofrecen como el tipo de empresa que mayores facilidades ofrece por la complejidad con que operan, y que hacen difícil el rastreo de los recursos con que se constituyen y

manejan.

Esta participación, convierte al lavado de dinero en uno de los rasgos más notables de la multidimensionalidad de este ilícito, sobre todo tratándose de las empresas de autofinanciamiento, porque éstas ofrecen un conjunto de instrumentos y mecanismos para disponer de las enormes cantidades de dinero resultantes de las ganancias de actividades ilícitas, insertándolas en el sistema financiero mundial, permitiendo la reinversión en la economía legal, al mismo tiempo que eluden los controles de los organismos estatales sobre las transacciones de capitales de origen ilícito. Los instrumentos y mecanismos del lavado de dinero a través de las empresas de autofinanciamiento, han aumentado en número y variedad, abarcando un ciclo de acumulación, transformación y reinversión, operando de una manera esencialmente sencilla: quienes aportan dinero proveniente de operaciones ilícitas, constituyen empresas de autofinanciamiento, ofreciendo y proveyendo una amplia variedad de bienes y servicios, realizando en realidad operaciones comerciales ficticias con supuestos grupos de consumidores, contando con la colaboración o la negligencia cómplice de banqueros y operadores de todo tipo, mediante las redes electrónicas y las leyes de secreto bancario de los paraísos fiscales. El costo de este servicio a los delincuentes puede representar un 10% de los capitales que se pretende lavar, sin embargo, lo "compensan" por la rapidez, en un tiempo de pocas horas, con la inserción de millones de dólares en los circuitos del sistema financiero mundial; la consiguiente reducción de la pérdida en intereses bancarios no acumulados, la rapidez y la flexibilidad para mover capitales, sobre todo por la transferencia electrónica de capitales posibilitadas por la telemática (teléfono, teles, fax, computadora), entre los sistemas bancarios y paraísos fiscales.

Dentro del flujo millonario de dinero ilícito, mezclados con los beneficios de titulares y empresas legítimas, y de los que buscan eludir responsabilidades fiscales y de otro tipo, circula dinero "negro" de los tráficos ilegales de drogas y otros, para lavarse e invertirse bajo formas legales e ilegales. Los inmensos fondos líquidos del lavado se integran así indisolublemente a las economías legales de los países y al sistema económico – financiero nacional e internacional.

En el caso del lavado de dinero, una operación de una suma grande no tiene que ser sospechosa; los factores que pueden marcar una pauta para iniciar una investigación serán: el monto, la frecuencia y la naturaleza, así como la experiencia previa del banco con las personas relacionadas con ella, sean clientes o empleados.

Algunas de estas conductas que podrían indicar que se está ante un delito de lavado de dinero son: compra de divisas en efectivo, compra de múltiples ordenes de pago o cheques de caja al contado, cuentas de gran volumen en efectivo, cuando las actividades del cliente no las justifiquen; depósitos de cantidades cuantiosas en billetes de alta denominación por otros de baja denominación; clientes que cambian con frecuencia billetes de alta denominación por otros de baja denominación y viceversa; cuentas que el mismo día reciben diversos depósitos de varias sucursales bancarias; personas que proporcionan información sospechosa o insuficiente; empresas que son reticentes a proporcionar datos mínimos sobre sus actividades, etc.

Ahora bien, entre otras normas que ayudan a regular el lavado de dinero están:

- ✓ Artículos 113, 114 y 115 de la Ley de Instituciones de Crédito y están principalmente destinados para aplicarse a los empleados y funcionarios de las instituciones de crédito. Parte importante de este articulado es que se prevé que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público oyendo la opinión de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, dictará disposiciones para prevenir y detectar en las instituciones de crédito y sociedades financieras de objeto limitado, actos u operaciones que pudieran ubicarse dentro del tipo del lavado de dinero. Dichas disposiciones deberán considerar, entre otros aspectos, criterios para la adecuada identificación de los clientes y usuarios de las operaciones y

servicios de las instituciones y sociedades, que consideran sus condiciones específicas y actividad económica o profesional, los montos, la frecuencia, tipos y naturaleza de las operaciones y los instrumentos monetarios que las realizan; las plazas en las que operan y las prácticas comerciales y bancarias que priven en las mismas; medidas específicas de seguridad en el manejo de las operaciones de las propias instituciones y sociedades.

Dentro de este ordenamiento podemos encontrar una vigilancia, quizá indirecta hacia las empresas, toda vez que se vigila no solo al personal de las instituciones de crédito, sino a los miembros de las empresas en cuanto al manejo de capitales.

- ✓ Artículos 52, 52 bis, 52 bis 1, 52 bis 2 y 52 bis 3 de la Ley del Mercado de Valores.
- ✓ Artículos 95, 96, 97, 98, 99 y 101 de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito.
- ✓ Artículos 140, 141, 142, 143, 144, 145 y 146 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros.
- ✓ Artículos 112, 112 bis, 112 bis 1, 112 bis 2, 112 bis 3, 112 bis 4, 112 bis 5 y 112 bis 6 de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas.
- ✓ Artículos 9º, 184 fracción VIII y 185 de la Ley Aduanera.

Cabe señalar que, dentro del contenido del articulado regulatorio de este tipo penal contemplado en el artículo 400 bis del Código Penal Federal, no se establece sanción alguna con respecto a la persona jurídico colectiva que incurra en este ilícito de operaciones con recursos de procedencia ilícita, en la modalidad de lavado de dinero.

Ahora bien, los métodos de lavado de dinero están ligados - principalmente - a los tráficó que generan los fondos destinados para ser blanqueados. Cuando los ingresos destinados a "blanqueo" son menores o no cuantiosos, el método de lavado es "sencillo", pero cuando dichos ingresos son cuantiosos, entonces se requiere un método más sofisticado de reconversión.

Los dirigentes de las empresas "blanqueadoras" ya no se dedican a actividades ilícitas aparentes; se limitan a la percepción y gestión de las ganancias. Únicamente siguiendo los flujos financieros como los órganos de control y vigilancia (llámese Secretaría de Economía, PROFECO, CONDUSEF en lo que respecta al manejo del fideicomiso por el banco, etcétera), pueden identificar e inquietar a los responsables de estas organizaciones. El dinero que es destinado a blanqueo, suele provenir del narcotráfico, que constituye una de las actividades ilícitas preponderantes en la actualidad; seguido del comercio de armas, la defraudación fiscal, la fuga de capitales y el contrabando. Estos capitales "sucios" deben su "blanqueamiento" seguro a dos factores principales:

- ✓ *"La capacidad de transferencia de fondos sin límite - hasta el día de hoy sin identificación convincente del donador de orden inicial y del beneficiario -, gracias a las telecomunicaciones financieras mundiales interbancarias y a la Cámara de compensación de los sistemas de pago.*
- ✓ *La crisis económica que hace presa desde el principio de los 90´s. En cuanto una empresa tiene dificultades, medio mundo financiero ("inversionistas de negocios", intermediarios, etc.) se acerca al dueño para proponerle "convenir", a cambio de algunos "servicios". El encadenamiento se encuentra, en general, sin retorno y tales compañías terminan por depender totalmente de los fondos del crimen organizado".¹⁴³*

La primera fase del lavado de dinero es la introducción, la segunda es la transformación y la tercera es la integración, correspondientes a las fases de prelavado, lavado y reconversión:

¹⁴³ García Ramírez, Efraín. Lavado de dinero, Análisis Jurídico del delito de operaciones con recursos de procedencia ilícita. 2ª edición, Editorial Sista. 1994. pp. 323 y 324

- a) **Introducción:** transportando el efectivo clandestinamente a varios paraísos fiscales o empezando por hacerlo circular en el país de origen, a través de una multitud de compañías cómplices, que manejan efectivo y cuya actividad es difícilmente controlable.
- b) **Hacer entrar el dinero en el sistema financiero:** en efectivo o por giro bancario, se deposita en las cuentas bancarias del testa ferro o de sociedades pantalla, abiertas en paraísos fiscales.
- c) **Enredar pistas:** se instalan sociedades pantalla en plazas financieras conocidas por su respeto al secreto bancario, entre otras Hong Kong, Singapur y Suiza. El dinero – siempre fraccionado para no atraer la atención – circula entre ellas por transferencias electrónicas múltiples, así está dividido dentro de montajes financieros complejos.
- d) **Reconstruir las sumas iniciales:** a partir de las sociedades pantalla, diseminadas a través del mundo, el dinero, bajo la forma de facturas falsas o préstamos ficticios, converge a una plaza financiera mayor, tal como Wall Street. El dinero es encargado por empresas financieras comerciales (completamente legales), pero bajo la influencia de las organizaciones criminales, para ser reinvertido de aquí en adelante en circuitos económicos ordinarios.

Al final este circuito permite que el dinero circule libremente en la economía mundial (comercios, bienes inmobiliarios, obras de arte, etc.).

"Dentro de las técnicas de lavado que más recurren en la vida ordinaria, es utilizar compañías como pantalla, especialmente personas morales que están exentas de informar sus transacciones con divisas y fusionan fondos ilícitos con legítimos".¹⁴⁴

Siguiendo esta misma línea, las sociedades, como elemento de ayuda dentro del proceso del lavado de dinero, en cuanto a sus diversos usos y objetivos, cambian de acuerdo con el esquema de lavado de dinero que el delincuente pretenda implementar, por lo que es necesario distinguir los tipos de sociedades que se pueden establecer con el propósito de cometer un delito:

- a) ***"Empresas frente o pantalla:*** son aquéllas que se crean u organizan legítimamente y participan, o fingen participar, en el comercio legítimo, pero que en realidad sirven como disfraz para el lavado de fondos ilícitos.
- b) ***Empresas fantasma o ficticias:*** a diferencia de las frente o de papel, existen sólo de nombre, pues carecen de un documento de creación. Son ficticias y comúnmente aparecen en documentos de embarque, en órdenes de transferencia de fondos como consignatarias, o como terceras partes que sirven de tapujo para el último y verdadero receptor de los fondos ilícitos.
- c) ***Empresas de papel o de escritorio:*** existen varias definiciones para este tipo de entidad legal. En algunos países se conocen como empresas domiciliarias. Estas empresas mantienen un cuadro corporativo por medio de un agente, quien las conserva latentes hasta que un comprador las adquiere. El consejo de administración registrado no tiene relación con los dueños de la empresa en el momento de la compra. El proceso de constitución y venta de este tipo de empresas no es ilícito per se; sin embargo, son utilizadas primordialmente para colocar ganancias de origen ilícito, y a diferencia de las empresas frente, no participan en el comercio".¹⁴⁵

4.5 NECESIDAD DE MEJORAR LA LEGISLACIÓN REGULADORA DE LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO.

La regulación de los contratos de autofinanciamiento exige una exhaustiva reforma desde su

¹⁴⁴ Ob. cit., p. 4.

¹⁴⁵ Ibidem, pp. 26,27.

origen, es decir, requiere ser más específica, detallada y, sobre todo, compilada, dejando ya de lado la emisión de nuevos cuerpos regulatorios que, al estar dispersos, mantienen a los usuarios de estas empresas alejados del conocimiento cierto de la correcta operación de dichas empresas y cooperando a que éstas aprovechen esta situación, para dejar de acatar en su totalidad las normas que van dirigidas a ellas.

A efecto de dejar más claro este planteamiento, expondré los ordenamientos legales que tienden a regular a las empresas de autofinanciamiento:

Código de Comercio	Artículos 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87 y 88	Expedido por el órgano legislativo federal, es decir el Congreso de la Unión.	Tiene el carácter de ley.
Normas Oficiales Mexicanas	La de más reciente expedición es la NOM-143-SCFI-2000	Expedida por la dependencia competente, en este caso por la secretaría de estado Secretaría de Economía (anteriormente denominada Secretaría de Comercio y Fomento Industrial)	Siguiendo la pirámide kelseniana de la jerarquía de las normas, tiene el carácter de un reglamento o circular
Reglamento	Reglamento de sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores.	Expedido por el Ejecutivo federal para la exacta observancia de los artículos 1º, 19, 24 y 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.	Reglamento
Normas circulares y	Circular 2019/95 punto M.3	Expedida por el órgano federal, en este caso el Banco de México, aunada a normas y circulares emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, pero exclusivamente dirigida a las instituciones de crédito para el manejo y operación de los fideicomisos.	Circulares
Leyes complementarias	Ley Federal de Protección al Consumidor	Expedida por el Congreso de la Unión, destinada a regular las relaciones entre proveedores y consumidores	Ley
	Ley Federal de Juegos y Sorteos	Expedida por el Congreso de la Unión a efecto de regular única y exclusivamente los sorteos que, como procedimiento de adjudicación, realicen los sistemas de autofinanciamiento.	Ley

De lo expuesto, se desprende la deficiencia en la regulación de las empresas de autofinanciamiento, en razón de que existen diversos ordenamientos dirigidos a regular a las empresas de autofinanciamiento, todos ellos emitidos por diversos órganos del Estado, y solamente la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, se erige como el órgano regulador, pero únicamente respecto del funcionamiento y operación del sistema de autofinanciamiento, no sobre las empresas que lo llevan a cabo, careciendo de un órgano que se constituya como absoluto regulador y supervisor de las acciones de las empresas de autofinanciamiento y ante el cual deban dirigirse las posibles irregularidades en que pudieran incurrir, encauzando las acciones a ejercer ante la autoridad competente para su conocimiento.

Aunque la Procuraduría Federal del Consumidor es la encargada de encauzar las irregularidades que presenten las empresas de autofinanciamiento, esto solamente se limita al funcionamiento y operación de los sistemas de autofinanciamiento, pero dicha Procuraduría es un **organismo descentralizado de servicio social** con personalidad jurídica y patrimonio propio, **con funciones de autoridad administrativa**, que 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, tal como se prevé en el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; sin embargo, dicha autoridad no es competente en los casos en que las empresas en cuestión, no estén constituidas conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles; o bien que ni siquiera estén legalmente constituidas; ante fraudes cometidos por dichas empresas, etcétera.

En este mismo orden de ideas, el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores, otorga competencia a la Secretaría de Economía, para aplicar, vigilar y sancionar lo relativo a las disposiciones de dicho Reglamento, es decir, que limita la competencia de la Secretaría de Economía a la aplicación de 9 artículos y tres transitorios, siendo pertinente aclarar que en la NOM – 143 – SCFI – 2000, se establece que el incumplimiento a lo dispuesto en la NOM, debe ser sancionado por la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, conforme a lo dispuesto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y demás disposiciones aplicables. Es decir, que remite la competencia de la Secretaría de Economía a la regulación, promoción y vigilancia de la comercialización, distribución y consumo de los bienes y servicios; **pero no extiende dicha competencia a la vigilancia y supervisión respecto de las empresas de autofinanciamiento.**

No obstante lo anterior, la Norma Oficial Mexicana, expedida por la Secretaría de Economía fundándose en la competencia que le otorga el artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, no se limita a cumplir con el objetivo de la Norma Oficial Mexicana, sino que se extralimita, pasando de lo meramente técnico, como lo es establecer las características de los sistemas de autofinanciamiento, información que se debe entregar al consumidor, etcétera; pasando a lo esencial, tratando puntos relativos a elementos de los contratos, objeto, tipos de garantías, cesión e derechos, cancelación o rescisión del contrato, etcétera; trascendiendo con ello al objetivo planteado por la propia NOM-143-SCFI-2000 en la parte primera de su contenido.

Ahora bien, de los diversos ordenamientos que regulan a estas empresas, solamente el Código de Comercio, la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley Federal de Juegos y Sorteos son normas emitidas por el Congreso de la Unión, teniendo obviamente el carácter de leyes; siguiendo con el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, el cual fue expedido por el Ejecutivo Federal pero con el objeto de regular lo previsto en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, sin embargo, aún cuando el Código de Comercio, la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Ley Federal de Juegos y Sorteos son legislaciones emitidas por el Congreso Federal, todas ellas tienen el carácter de normas generales, es decir, que no regulan más que los aspectos que son comunes dentro de los actos de

comercio efectuados entre proveedores y consumidores, pero el ordenamiento especial que prevalece sobre los tres anteriores, es el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, en razón de que rige una situación determinada, cumpliendo con las características de abstracción, generalidad e impersonalidad; además de que crea, extingue o modifica el estado general determinado por las leyes generales en el cual las empresas de autofinanciamiento y sus actividades pueden estar colocadas; sin embargo el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, no ostenta las particularidades de toda ley, pues fue expedido por el Ejecutivo Federal bajo la facultad reglamentaria que le otorga el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismo que señala:

Artículo 89.- Las facultades y obligaciones del Presidente son las siguientes:

I. Promulgar y ejecutar las leyes que expida el Congreso de la Unión, **proveyendo en la esfera administrativa a su exacta observancia**;

Lo previsto en el artículo arriba citado, no implica en modo alguno que el Congreso de la Unión autorice el ejercicio de facultades legislativas extraordinarias en materia mercantil, específicamente en materia de autofinanciamiento, salvo bajo causas que la excusen como: que exista urgencia para regularlo, en beneficio de la economía del país, por la estabilidad de la producción nacional o bien para realizar cualquier otro propósito en beneficio del país; ya que el citado Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, si bien puede tener las características de generalidad y abstracción, no puede ser un ordenamiento originario ni tener la jerarquía de ley emitida por el Congreso de la Unión, lo cual es una nota distintiva de las facultades reglamentarias del Ejecutivo; lo anterior en virtud de que los reglamentos expedidos por el Ejecutivo Federal no son emitidos con la pretensión de sustituir las normas que originalmente le corresponde expedir al Congreso de la Unión, sino que con ellos se crearán, transmitirán, modificarán, reconocerán o extinguirán derechos y obligaciones dentro del marco de la actividad encomendada legalmente al órgano de mérito y tendrán por objeto ejercitar la potestad pública que a éste le ha sido encomendada teniendo como límite la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos así como las leyes que regulan cada materia en particular.

De lo vertido, se desprende que la facultad reglamentaria prevista en el artículo 89 fracción I de la Carta Magna, debe ajustarse al principio de subordinación jerárquica, que constriñe al Ejecutivo Federal a expedir solo las normas que tiendan a hacer efectivo o facilitar la aplicación del mandato legal sin contrariarlo, excederlo o modificarlo. En estos términos es claro que se le otorgó al Poder Ejecutivo, la potestad para emitir los actos materialmente legislativos de mayor jerarquía, respecto de la legislación emitida por el Congreso; todo ello en aras de permitir el funcionamiento de los propios órganos y a la vez que lograr un equilibrio de fuerzas y un control recíproco que garantizará la unidad política del Estado en beneficio del país.

El Ejecutivo Federal tiene facultades para expedir el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, pero cuando lo hizo tomó como fundamento lo previsto en el artículo 89 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, sin embargo, al hacerlo, se excedió en el ejercicio de la facultad conferida por dicho numeral de la Carta Magna, en razón de que expidió el Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores, para regular únicamente lo previsto en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, excediéndose por mucho en el ejercicio de sus facultades, ello en razón de que, si se toma en consideración que el reglamento es el instrumento por medio del cual el titular del órgano ejecutivo crea situaciones jurídicas generales, abstractas, obligatorias, coercibles e impersonales, para desarrollar y detallar una ley en sentido formal y material, innovando el derecho positivo, pero supeditado al contenido y alcance de la ley que reglamenta, con el fin de facilitar en la esfera administrativa el cumplimiento y exacta aplicación de la misma y que su existencia se justifica ante la reconocida imposibilidad de que el legislador pueda

prever todas las contingencias a las que se haya de enfrentar la autoridad en la aplicación de la norma, además de que en muchas ocasiones el proceso legislativo no puede tener la rapidez que requiere la evolución de la materia que regula.

Asimismo, el Congreso de la Unión, en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, no facultó al Ejecutivo Federal para que desarrollara, detallara o reglamentara el contenido de dicho numeral; sin embargo, aún cuando en la Ley Federal de Protección al Consumidor se establezca, en el artículo 63 "...y se cumplan los requisitos que fije el reglamento.", no se señaló una facultad expresa para el Ejecutivo Federal de que sea la instancia competente para reglamentar dicha Ley o por lo menos, el numeral en cita; quizá ello ameritara una interpretación por nuestro más Alto Tribunal a efecto de que no se rebase (como se hizo a nuestro parecer en el mencionado Reglamento), el contenido o alcance de la Ley, creando, innovando o integrando el derecho positivo fuera del marco de la Ley en la que se apoya y que le sirvió de fundamento.

De los argumentos expuestos, puede concluirse entonces, que el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores es un reglamento inconstitucional, en razón de que no está reglamentando el contenido de toda una ley quebrantando los principios: a) **de reserva de ley**, que impide que el reglamento invada la materia que de manera expresa, la Constitución reserva a la Ley formal; y b) **el principio de subordinación normativa del reglamento a la ley**, conforme a la cual el Ejecutivo Federal debe constreñir su facultad sólo a expedir las normas que tiendan a hacer efectivo o facilitar la aplicación del mandato legal, sin contrariarlo, excederlo o modificarlo; por consiguiente, la materia del Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores no debió ir más allá de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Además de lo anterior, también se violenta lo dispuesto en el artículo 73, fracción X de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en razón de que solamente compete al Congreso de la Unión, legislar en materia de comercio, por lo que, es más que evidente que el Ejecutivo Federal no sólo excede el ejercicio de sus facultades, sino que además invade la esfera de atribuciones del órgano legislativo federal.

Siguiendo el mismo orden de ideas, la Secretaría de Economía expidió la NOM-143-SCFI-2000, en cuyo contenido se regulan cuestiones que, considero, están fuera del objetivo de la propia y Norma Oficial Mexicana y excede a las facultades de la Secretaría de Economía, mismas que se establecen en el artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, mismo que, en su parte conducente, prevé:

"Artículo 34.- A la Secretaría de Economía corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

II. Regular, promover y vigilar la comercialización, distribución y consumo de los bienes y servicios;

VIII. Regular, orientar y estimular las medidas de protección al consumidor;

X. Fomentar la organización y constitución de toda clase de sociedades cooperativas, cuyo objeto sea la producción industrial, la distribución o el consumo".

De la lectura del artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, se aprecia que la Secretaría de Economía sólo está facultada (en el particular caso de las empresas de autofinanciamiento), para emitir reglas generales administrativas de naturaleza técnico – operativas de observancia general en el ramo; y, aún cuando en el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se establezca que son competencia de la Secretaría de Economía, las cuestiones relativas a los sistemas de autofinanciamiento, ésta dependencia no puede ni debe exceder las facultades que le son conferidas, debiendo circunscribirse a emitir reglas administrativas tendientes a especificar y detallar la forma en que deben operar los sistemas de autofinanciamiento, dejando

en manos del Poder Legislativo, cuestiones como el contenido de los contratos de autofinanciamiento, garantías, instancias ante las cuales los consumidores pueden acudir en caso de incumplimiento del contrato, irregularidades en la operación del sistema de autofinanciamiento, etcétera; a efecto de que, cuando se trate de cuestiones técnicas u operativas o ambas, sea la autoridad administrativa, es decir, la Secretaría de Economía, la que se erija como la autoridad competente para conocer y resolver este tipo de conflictos; y cuando se trate de cuestiones esenciales, sean las autoridades judiciales quienes sigan el proceso pertinente.

Lo anterior es así en razón de que el hecho de que el Congreso de la Unión autorice a las Secretarías de Estado a emitir reglas técnico – operativas de observancia general en su ramo, no entraña una delegación de facultades, pues aquél órgano legislativo no se despoja de una facultad propia, lo que constituye una condición insalvable de todo acto delegatorio, sino que se asigna directamente a un órgano de la administración pública federal, una tarea operativa para facilitar la aplicación de una ley específica dentro de su campo de acción. Lo anterior se justifica en la medida en que el Poder Legislativo no suele ocuparse de esos detalles técnico – operativos que surgen en el funcionamiento de los sistemas de autofinanciamiento.

De lo anterior se deduce que, las reglas generales administrativas dictadas por la Secretaría de Economía y contenidas en la NOM – 143 – SCFI – 2000, en el ejercicio de las facultades otorgada por el Congreso de la Unión, constituyen una categoría de ordenamientos que no son de índole legislativa no reglamentaria, sino que se trata de cuerpos normativos sobre aspectos técnico - operativos para una materia específica y, considerando que la Secretaría de Economía es una dependencia del Estado, como tal, a ésta sólo le compete aplicar y, en su caso, vigilar el exacto cumplimiento de la ley o el reglamento en los casos concretos que se le presenten dentro de su esfera de atribuciones, mas no crear o innovar un régimen normativo complementario o integrador de la ley, razón por la que, en este aspecto, el contenido de la NOM-143-SCFI-2000, tiende en su contenido, a exceder sus facultades, fundándose en que el contenido de la fracción II del artículo 34 la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, le otorga la facultad de regular la comercialización de bienes y servicios, aún cuando se haya determinado que las reglas que pueden emitir las Secretarías de Estado (en ellas incluida la Secretaría de Economía) deban ser de naturaleza exclusivamente técnico – operativas.

Al respecto, sirve de apoyo el siguiente criterio jurisprudencial:

Novena Época
Instancia: Pleno
Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta
Tomo: XV, Abril de 2002
Tesis: P. XII/2002
Página: 8

REGLAS GENERALES ADMINISTRATIVAS. LA FACULTAD DEL CONGRESO DE LA UNIÓN PARA HABILITAR A LAS SECRETARÍAS DE ESTADO A FIN DE EXPEDIRLAS, NO CONSTITUYE UNA DELEGACIÓN DE FACULTADES LEGISLATIVAS. El hecho de que el Congreso de la Unión autorice a las secretarías de Estado a emitir reglas técnico-operativas de observancia general en su ramo, no entraña una delegación de facultades, pues aquel órgano legislativo no se despoja de una facultad propia, lo que constituye una condición insalvable de todo acto delegatorio, sino que asigna directamente a un órgano de la administración pública federal, una tarea operativa para facilitar la aplicación de una ley específica dentro de su campo de acción. Lo anterior se justifica en la medida en que el Poder Legislativo no suele ocuparse de esos detalles técnico-operativos que surgen en el funcionamiento de la administración pública; de ahí que resulte apropiado que los secretarios de Estado, como integrantes de la administración pública federal y conforme a lo dispuesto en el artículo 90 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, cuenten con las atribuciones

necesarias para dar agilidad, prontitud, firmeza y precisión a los actos de aplicación de la ley específica que expida el Congreso de la Unión.

Amparo directo en revisión 40/2001. Guillermo Alonso Cisneros. 1o. de octubre de 2001. Mayoría de cinco votos. Ausentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano y José de Jesús Gudiño Pelayo. Disidentes: Juventino V. Castro y Castro, Humberto Román Palacios, Olga María del Carmen Sánchez Cordero y Juan N. Silva Meza. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretaria: Ma. Antonieta del Carmen Torpey Cervantes.

Amparo directo en revisión 88/2001. Guillermo Alonso Cisneros. 1o. de octubre de 2001. Mayoría de cinco votos. Ausentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano y José de Jesús Gudiño Pelayo. Disidentes: Juventino V. Castro y Castro, Humberto Román Palacios, Olga María del Carmen Sánchez Cordero y Juan N. Silva Meza. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretaria: Ma. Antonieta del Carmen Torpey Cervantes.

Amparo directo en revisión 89/2001. Guillermo Alonso Cisneros. 1o. de octubre de 2001. Mayoría de cinco votos. Ausentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano y José de Jesús Gudiño Pelayo. Disidentes: Juventino V. Castro y Castro, Humberto Román Palacios, Olga María del Carmen Sánchez Cordero y Juan N. Silva Meza. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretaria: Ma. Antonieta del Carmen Torpey Cervantes.

Amparo directo en revisión 90/2001. Guillermo Alonso Cisneros. 1o. de octubre de 2001. Mayoría de cinco votos. Ausentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano y José de Jesús Gudiño Pelayo. Disidentes: Juventino V. Castro y Castro, Humberto Román Palacios, Olga María del Carmen Sánchez Cordero y Juan N. Silva Meza. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretaria: Ma. Antonieta del Carmen Torpey Cervantes.

Amparo directo en revisión 91/2001. Guillermo Alonso Cisneros. 1o. de octubre de 2001. Mayoría de cinco votos. Ausentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano y José de Jesús Gudiño Pelayo. Disidentes: Juventino V. Castro y Castro, Humberto Román Palacios, Olga María del Carmen Sánchez Cordero y Juan N. Silva Meza. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretaria: Ma. Antonieta del Carmen Torpey Cervantes.

El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy diecinueve de marzo en curso, aprobó, con el número XII/2002, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación no es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a diecinueve de marzo de dos mil dos.

Nota: No es jurisprudencia por no haber obtenido la votación requerida.

No obstante lo anterior, no existe un órgano dependiente o autónomo de alguno de las entidades competentes para regular, y sobre todo vigilar e inspeccionar, a las empresas de autofinanciamiento, ofreciendo seguridad y competencia sobre cuestiones relativas a las empresas de autofinanciamiento (tales como la constitución de la empresa como sociedad, el cumplimiento de todos y cada uno de los requisitos para su aviso de funcionamiento ante la Secretaría de Economía, el manejo del fideicomiso, entrega al consumidor de la copia del contrato de autofinanciamiento, respeto de las cláusulas establecidas en los contratos, etcétera); es decir, que actualmente los consumidores no cuentan con una fuente fidedigna y legal respecto de las empresas que ofrecen el sistema de autofinanciamiento, como una posibilidad para la adquisición de bienes inmuebles, muebles o la prestación de servicios.

Si bien es cierto que la NOM – 143 – SCFI – 2000, otorga la competencia Procuraduría Federal de Protección al Consumidor para conocer de los asuntos relativos a las empresas de autofinanciamiento, dicha competencia se circunscribe resolver conflictos entre proveedores y consumidores, procurando la solución de las diferencias entre ambos, conforme a los procedimientos establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, ejerciendo funciones únicamente como autoridad administrativa y, a su vez, declinando competencia a favor de tribunales del Poder Judicial en los asuntos de su competencia, toda vez que solamente puede realizar denuncias ante el Ministerio Público de 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.

Empero, el sistema que existe a fin de “proteger” a los consumidores, no está encaminado a la prevención de la comisión de delitos u otros actos tendientes a lesionar los intereses patrimoniales de los consumidores por parte de las empresas de autofinanciamiento, sino que se limita a establecer sanciones a efecto de castigar los hechos que ya constituyeron un delito. Es por ello que existe un gran número de actos delictivos que cometen algunas personas aparentando haberse constituido como empresas de autofinanciamiento sin serlo, y sin que tengan los consumidores la posibilidad de saberlo, esto debido a que no existe un sistema de información dirigido al consumidor para que éste pueda tener acceso a los datos elementales y necesarios, a fin de conocer si la empresa con la cual pretende solicitar autofinanciamiento para adquirir bienes o prestación de servicios, está constituida como tal, de saber quiénes son los miembros que la constituyen, si tiene autorización para operar sistemas de autofinanciamiento, si está pendiente el trámite, etcétera.

Por todo lo anterior es que se propone la creación de un Sistema Nacional de Información Empresarial de Autofinanciamiento, el cual contará, en particular, con un Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento; dicho Sistema deberá tener la misma jerarquía que el Secretariado Técnico de Planeación, Comunicación y Enlace de la Secretaría de Economía, es decir, que deberá depender directamente del Secretario de Economía, toda vez que es competencia de éste procurar y regular medidas de protección al consumidor, ello de acuerdo con la fracción VIII del artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, mismo que establece:

Artículo 34.- A la Secretaría de Economía corresponde el despacho de los siguientes asuntos:
VIII. Regular, orientar y estimular las medidas de protección al consumidor.

Ahora bien, la Dirección General del **Sistema Nacional de Información de Empresas de Autofinanciamiento**, tendría las siguientes atribuciones:

- I. Integrar una cámara empresarial de empresas de autofinanciamiento, registrar sus estatutos y modificaciones, así como las delegaciones y representaciones de la cámara, convocar a las asambleas generales de la cámara, expedir las autorizaciones para la operación del Sistema de Autofinanciamiento, sancionar los casos de incumplimiento de la NOM-143-SCFI-2000 y vigilar y verificar la observancia de la misma y de sus disposiciones complementarias;
- II. Difundir la normatividad sobre las empresas de autofinanciamiento;
- III. Desahogar y resolver consultas sobre toda clase de asuntos en materia de empresas de autofinanciamiento;
- IV. Ordenar y practicar visitas de inspección a las oficinas de las empresas de autofinanciamiento, requerir la información y documentos que sean necesarios y vigilar que dichas empresas funcionen con apego a lo dispuesto por la NOM-143-SCFI-2000, la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás disposiciones relativas y aplicables;
- V. Elaborar, celebrar, modificar convenios de coordinación, acuerdos y demás instrumentos jurídicos que suscriba la Secretaría con las Entidades Federativas y cualquier entidad de la Administración Pública Federal en materia de autofinanciamiento;
- VI. Tramitar y resolver las quejas que se presenten en contra de las empresas de autofinanciamiento;

- VII. Sustanciar y resolver los procedimientos administrativos relativos a las infracciones que cometan dichas empresas y en su caso, imponer las sanciones que procedan conforme a la NOM-143-SCFI-2000 y demás disposiciones aplicables;
- VIII. Coadyuvar con las autoridades de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, la información que están obligados a proporcionar a la Secretaría, las empresas de autofinanciamiento;
- IX. Establecer como sanciones, y en su caso, aplicarlas, la revocación, nulidad, suspensión temporal, intervención en la administración de la empresa, o, terminación de su autorización para funcionar como empresa;
- X. Promover el uso de los instrumentos y avances tecnológicos para proporcionar información a los consumidores, intercambiar información acerca de las empresas de autofinanciamiento con otras entidades de la Administración Pública Federal o local, a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología;
- XI. Resolver sobre las consultas y solicitudes que formulen los particulares en la materia de su competencia.

La Dirección General del Sistema Nacional de Empresas de Autofinanciamiento, estará a cargo de un Director General, auxiliado en el ejercicio de sus facultades por los Directores Jurídico y de Servicios; de Evaluación y Calidad del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento; y por los Subdirectores Jurídico; de Servicios, y de Evaluación y Calidad del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento.

Asimismo, el registro de los contratos de autofinanciamiento debe correr a cargo de la Secretaría de Economía y en particular de un Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento, en razón de que dicha Secretaría es la encargada de otorgar la autorización para el funcionamiento de la empresa; la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor únicamente debe tener como tarea la sanción de dichos contratos, a manera de establecer una medida protectora o de garantía para el consumidor y a su vez una garantía de legalidad que ofrezcan las empresas operadoras del Sistema de Autofinanciamiento

Las atribuciones del **Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento**, serían las siguientes:

- a) Elaborar, modificar y aplicar las reglas a que se sujetará la operación, funcionamiento y administración del servicio público del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento y su Base de Datos, incluyendo las relativas a la recepción, almacenamiento y transmisión de la información;
- b) Aprobar el manual de operación del Registro y sus modificaciones;
- c) Realizar, en coordinación con las autoridades competentes, las actividades de cooperación con otras entidades de la administración pública federal y local, para el intercambio de información relacionada con la contenida en la Base de Datos del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento, y las acciones necesarias para la negociación y celebración de los instrumentos para su formalización;
- d) Asignar a las empresas de autofinanciamiento, Número de Identificación Empresarial;

- e) Registrar los contratos de adhesión que elaboren las empresas que pretendan iniciar operaciones de autofinanciamiento y llevar un registro detallado de las modificaciones que se elaboren;
- f) Participar en comisiones, comités, foros o grupos de trabajo nacionales o locales, que atiendan asuntos vinculados con registros empresariales de autofinanciamiento y la información contenida en la Base de Datos del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento;
- g) Apoyar a las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como a las demás unidades administrativas de la Secretaría, en el cumplimiento de sus atribuciones, con la información derivada del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento, en términos de lo dispuesto por las disposiciones aplicables;
- h) Distribuir, entre las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y, en su caso, estatal, el volumen de consultas gratuitas a la Base de Datos del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento, así como de los servicios de revisión empresarial y de usuarios registrados, de conformidad con las disposiciones establecidas para tal efecto;
- i) Requerir, y en su caso, proporcionar al consumidor, la información que están obligadas a proporcionar a la Secretaría, las empresas de autofinanciamiento;
- j) Ordenar y practicar visitas de verificación, así como requerir información para vigilar y comprobar el cumplimiento de la NOM-143-SCFI-2000;
- k) Diseñar, administrar y operar sistemas que permitan dar seguimiento y evaluar el impacto de los sistemas de autofinanciamiento, en su caso para fomentarlos y desarrollar una cultura empresarial en ese campo, una cultura para la calidad, la innovación tecnológica y aquéllos mecanismos que eleven la calidad y la competitividad de las empresas de acuerdo a la normatividad establecida;
- l) Proporcionar estrategias orientadas a promover, entre las empresas de autofinanciamiento, la información empresarial que coadyuve a la toma de decisiones en el entorno económico del país y al desarrollo de su competitividad;
- m) Diseñar, promover e implementar programas y esquemas novedosos de capacitación integral, asesoría y consultoría así como formación de capital humano, para las micro, pequeñas y medianas empresas de autofinanciamiento, que otorguen transparencia en la operación del sistema de autofinanciamiento y facilidad para su utilización, permitiendo con ello contribuir a la creación, desarrollo y modernización de sus capacidades administrativas;
- n) Apoyar la creación de nuevas empresas a través de la información, identificación de oportunidades, capacitación, asesoría y consultoría a los emprendedores, así como fomentar y promover la creación y desarrollo de Centros de Desarrollo Empresarial para empresas de autofinanciamiento.

La Dirección General del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento estará a cargo de un Director General, auxiliado en el ejercicio de sus facultades por los Directores Jurídico y de Servicios; de Evaluación y Calidad del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento, y de Sistemas; y por los Subdirectores Jurídico; de Servicios, y de Evaluación y Calidad del Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento.

Asimismo, debe establecerse como obligación para la empresa de autofinanciamiento, entregar una copia certificada del convenio de suministro o compromiso de abasto, que la empresa de autofinanciamiento haya celebrado con la sociedad mercantil que se señale como proveedora de los bienes muebles o servicios y tratándose de bienes inmuebles, incluir copia de las garantías que en su caso se constituyan.

Además, la empresa de autofinanciamiento debe constituir en favor del consumidor, un seguro de daños, para el supuesto de que la empresa de autofinanciamiento se enfrente a un caso fortuito o fuerza mayor y no pueda cumplir con las obligaciones que hubiere contraído.

Es necesario que la Secretaría de Economía sea la encargada de conocer las cuestiones relativas a las empresas de autofinanciamiento, atento a la naturaleza de la naturaleza de la Procuraduría Federal del Consumidor es la de un organismo descentralizado de servicio social con funciones de autoridad administrativa, en tanto que la Secretaría de Economía es un organismo especializado en comercio, conociendo de información comercial, trámites comerciales, entre otras atribuciones, traduciéndose en la autoridad idónea para resolver las cuestiones que se presenten, relativas a la materia de autofinanciamiento.

A este efecto y con la finalidad de agilizar y hacer más público y, sobre todo, consultable, el procedimiento para iniciar operaciones como una empresa de autofinanciamiento, la Secretaría de Economía, debe elaborar un "Manual de Consulta", en el cual se establezcan a detalle, con sistema, todos y cada uno de los requisitos que deban cumplir las personas que pretendan constituirse como empresa de autofinanciamiento; todo esto en aras de dar un mejor marco jurídico para esta figura y, sobre todo, para dar mayor certidumbre y legalidad, tanto a los consumidores, como a los operadores de estas empresas, logrando así una seguridad jurídica para la población de México y que ésta pueda, con plena confianza, tener acceso a los sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, conocido comúnmente como autofinanciamiento.

C O N C L U S I O N E S

PRIMERA.- El sistema de autofinanciamiento, es el contrato por virtud del cual una persona jurídico colectiva, constituida como sociedad de acuerdo con lo previsto en la Ley General de Sociedades Mercantiles, denominada "empresa de autofinanciamiento" o "autofinanciadora", provee de bienes (muebles o inmuebles) o servicios, recibidos de un suministrador; a una persona denominada "cliente", "consumidor" o "autofinanciado" (agrupado con otros consumidores); a cambio del pago de una cantidad de dinero llamada "cuota periódica total", cuya captación y administración corre a cargo de un tercero llamado "fiduciario", quien capta y administra el dinero aportado por los grupos de consumidores para beneficio de éste, en los términos y condiciones previstos en el contrato de adhesión celebrado entre la empresa de autofinanciamiento y el consumidor.

SEGUNDA.- El origen del autofinanciamiento como un sistema y de las empresas de autofinanciamiento como entidades especializadas en su operación, se encuentra en Brasil. En los países de Argentina y Alemania, solamente se había utilizado de manera casuística y hasta cierto punto esporádica y cuando las economías de los respectivos países declinaban y veían en el sistema de autofinanciamiento una opción de compra muy viable. Aunque en Brasil el autofinanciamiento surgió como consecuencia de una etapa inflacionaria, el sistema tuvo tanta aceptación que los comerciantes lo implementaron y se manejó a nivel nacional.

TERCERA.- La historia del autofinanciamiento en México inició en la década de los 70's y a lo largo de ella el Gobierno Federal ha tratado de regular esta actividad de manera adecuada, trasladando su manejo a los bancos, ubicando al autofinanciamiento como una operación de crédito y a la empresa como una institución de crédito, llegando incluso a decretar la suspensión de operaciones a las empresas que iniciaron con esta actividad, obligándolas a entregar el manejo del sistema a los bancos. Sin embargo, aún cuando ahora nuevamente el sistema es operado por empresas privadas y por instituciones de crédito, no existe una regulación clara y consistente de todo este sistema, teniendo que ir adecuándose con cada cambio.

CUARTA.- Las bases y fundamento constitucionales de las empresas de autofinanciamiento se encuentran en los artículos 5º y 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, toda vez que las empresas de autofinanciamiento son libres para desarrollar esta actividad, pero siguiendo los lineamientos que establezca el Estado a través de las normas jurídicas expedidas con tal fin y por los órganos competentes para ello.

QUINTA.- El autofinanciamiento, en cuanto contrato, es calificado como de "adhesión" o contrato "tipo", en razón de que las cláusulas y contenido del mismo están predispuestas, elaboradas unilateralmente por el operador del sistema, sin la posibilidad de que el consumidor pueda discutir sus términos ni condiciones. En consecuencia esto se convierte en una ley contractual, sin que exista el equilibrio paritario en que las partes se ubiquen en un plano de equidad o equivalencia.

SEXTA.- Se está ante un auténtico acto de comercio, cuya mercantilidad se determina por tres aspectos básicos: a) el legal, en razón de que encuadra dentro de las actividades consideradas como actos mercantiles previstas en el artículo 75 del Código de Comercio, fracciones I y II, relativas a compra venta de bienes muebles e inmuebles o servicios que estén dentro del comercio y con la finalidad de especulación comercial; b) además de lo anterior, la empresa de autofinanciamiento es considerada como un comerciante, atento a lo dispuesto en la fracción I del artículo 3º del Código de Comercio, porque tiene la capacidad legal para ejercer el comercio y hace de él su ocupación ordinaria; y, c) los objetos con los cuales ejerce sus actividades la empresa de autofinanciamiento están dentro del comercio.

SÉPTIMA.- Por lo que respecta al contrato de compraventa que suscribe la empresa de autofinanciamiento con el proveedor de los bienes o servicios, éste es prácticamente inexistente al conocimiento del consumidor, en razón de que el cliente o consumidor, no está cierto de que el operador del sistema de autofinanciamiento haya celebrado tal contrato o bien, si la empresa de autofinanciamiento ofrece celebrarlo, no se sabe en qué plazo lo hará, dejando al consumidor en un estado de incertidumbre, sin embargo si no tiene considerada alguna alternativa o no existe una mejor opción para él, se ve en la necesidad de aceptar.

OCTAVA.- Las empresas de autofinanciamiento deben constituirse necesariamente como una persona moral, o mejor denominada como una persona jurídico colectiva, contar con la autorización de la Secretaría de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para operar como empresas de autofinanciamiento, tener como objeto social la comercialización de bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; contar con un representante legal con facultades para ello; celebrar un contrato de fideicomiso con una institución autorizada para ello, señalando en el contrato respectivo que la finalidad del fideicomiso 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 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. Tratándose de bienes muebles y servicios, incluir copia certificada del convenio de suministro o compromiso de abasto, en el caso de inmuebles, copia certificada de las garantías que en su caso se constituyan.

NOVENA.- Derivado de lo anterior, la empresa de autofinanciamiento se constituye como un proveedor de bienes y servicios, dejando de lado la opinión de quienes la consideran como una administradora, esto en razón de que es una condición indispensable que las empresas de autofinanciamiento celebren un contrato de fideicomiso, y en este caso, la institución con la cual se celebre el contrato de fideicomiso (fiduciario), es el responsable de la administración de los fondos y de la asignación de los recursos en eventos de adjudicación públicos y abiertos; de tal manera que la empresa de autofinanciamiento recibe bienes o servicios de un suministrador, la empresa de autofinanciamiento, es la proveedora de los bienes o servicios al consumidor y el fiduciario es el auténtico administrador del dinero aportado por los grupos de consumidores a través de sus cuotas periódicas, en los términos y condiciones previstos en el contrato de adhesión, amén de que el patrimonio fideicomitado estará sujeto a supervisión de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco de México.

DÉCIMA.- Respecto de las obligaciones que tiene la empresa de autofinanciamiento y particularmente las que derivan de caso fortuito o fuerza mayor, cuando quien está en este caso es el consumidor, la empresa le obliga a contratar un seguro de daños; sin embargo, cuando la empresa es quien se encuentra en el caso de incumplir con las obligaciones contraídas derivadas de caso fortuito o fuerza mayor, ni la Norma Oficial Mexicana ni la legislación complementaria, previenen que deba otorgar al consumidor garantía alguna a efecto de asegurar el cumplimiento de las obligaciones contraídas.

DÉCIMO PRIMERA.- Para el contrato de autofinanciamiento, como para muchos contratos mercantiles, se aplica la supletoriedad en su regulación, en razón de que el Código de Comercio carece de un apartado especial relativo a contratos en particular. Esta peculiaridad hace que sea difícil, para los consumidores, conocer de manera práctica, las generalidades del sistema en el que pretenden participar.

DÉCIMO SEGUNDA.- Amén de lo anterior, para aquéllos quienes pretenden constituirse como empresas y operar un sistema de autofinanciamiento, les resulta difícil conocer en su totalidad y de manera sencilla, la regulación que le es aplicable a las empresas de autofinanciamiento, porque las

normas jurídicas que les son aplicables, se encuentran contenidas en diversos ordenamientos que no están unificados en un solo cuerpo y que no son de conocimiento general. Es por ello que se hace necesario que las normas jurídicas reguladoras de las empresas de autofinanciamiento, estén contenidas en un solo cuerpo legislativo, con la finalidad de que se puedan constituir dichas empresas, de una manera correcta, legal y fácil.

DÉCIMO TERCERA.- La Norma Oficial Mexicana no es el instrumento jurídico idóneo para constituirse como el cuerpo normativo regulador de las empresas de autofinanciamiento, en razón de que las normas oficiales mexicanas son emitidas por una autoridad administrativa cuya función no es la de legislar y porque dichos ordenamientos están regidos por dos objetivos únicos: a) adecuar el marco regulador de la actividad económica nacional de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo; y, b) como responsabilidad del Gobierno Federal, procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen en territorio nacional ostenten la información comercial necesaria para que los consumidores y usuarios puedan tomar decisiones de compra y uso de bienes y servicios. Consecuentemente, la Norma Oficial Mexicana no está hecha para regular a detalle una situación de hecho, como lo es en la práctica del sistema de autofinanciamiento, dejando por lo tanto a este ordenamiento, con falta de técnica jurídica por no ser un ordenamiento hecho por el Poder Legislativo.

DECIMO CUARTA.- Afirmo que existe una concurrencia de competencias entre la Secretaría de Economía y la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (dejando de lado la competencia de la Secretaría de Gobernación, ya que solamente interviene cuando la adjudicación se realiza mediante procesos de sorteos), ello porque a las dos dependencias de referencia les corresponde la aplicación, vigilancia y sanción de la Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000 y del Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores, sin que se establezca en que casos corresponda conocer a una u otra entidad.

DECIMO QUINTA.- Es necesario que la Secretaría de Economía sea la encargada de conocer las cuestiones relativas a las empresas de autofinanciamiento, atento a que la naturaleza de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor es la de un **organismo descentralizado de servicio social** con personalidad jurídica y patrimonio propio, **con funciones de autoridad administrativa**, que está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor; en ese sentido la Secretaría de Economía tiene también una naturaleza administrativa, pero con la característica de que está especializada en el comercio conociendo de trámites, información comercial, etcétera; es decir, que constituye una autoridad más especializada en la materia y por lo tanto con más capacidad de resolver las cuestiones que se presenten relativas a las empresas de autofinanciamiento.

DECIMO SEXTA.- A efecto de agilizar y hacer más público el trámite para iniciar operaciones como una empresa de autofinanciamiento, la Secretaría de Economía, debe elaborar una manual de Consulta, en el cual se establezcan a detalle, todos y cada uno de los requisitos que deban cumplir las sociedades para realizar el manejo de un sistema de autofinanciamiento

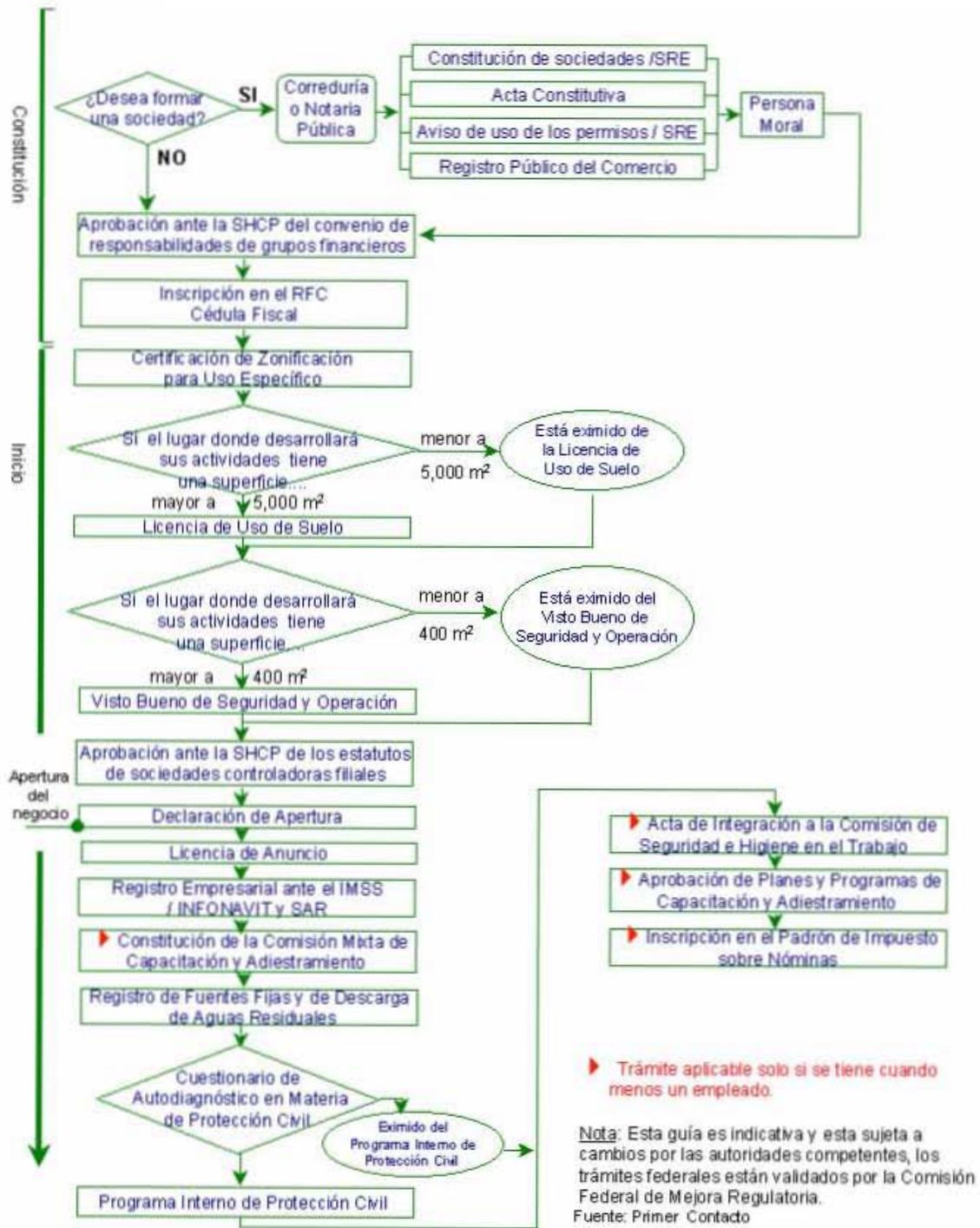
DÉCIMO SÉPTIMA.- Aún cuando es un contrato que debe registrarse previamente ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, éste no puede obtener una copia del contrato de autofinanciamiento a efecto de saber si el contrato que ofrece la empresa de autofinanciamiento es el mismo que está registrado, es decir, que no se ofrece una forma de cotejar los contratos. Esto debe establecerse como una obligación de la empresa de autofinanciamiento, de proporcionar los datos registrales ante la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor y ésta a su vez tiene la obligación de otorgar la copia de tal contrato, ello en razón de que la finalidad de los contratos de adhesión es uniformar las reglas jurídicas aplicables haciéndolas invariables de consumidor a consumidor respecto de un mismo bien, dejándose únicamente la posibilidad de que dichas reglas

jurídicas evolucionen permanentemente, adaptándose a las cambiantes circunstancias económicas y sociales del país.

DECIMO OCTAVA.- En todo este contexto, es importante para el consumidor que exista el Registro Nacional de Empresas de Autofinanciamiento y que éste le permita conocer a las personas físicas que integran la sociedad constituida como empresa de autofinanciamiento, ello en razón de que, si algún integrante de la sociedad ha sido condenado por la comisión de delitos contra la propiedad, incluyendo en éstos la falsedad, peculado, cohecho y concusión, cae en la incapacidad para ejercer el comercio prevista en la fracción III del artículo 12 del Código de Comercio, restando confiabilidad en la operación de autofinanciamiento.

DECIMO NOVENA.- También es necesaria la existencia de un órgano de verificación de operaciones de las empresas de autofinanciamiento, porque esto da mayor certidumbre tanto a los consumidores como a las empresas operadoras del sistema, de que existen sistemas perfectamente legales operando en el país, ya que solamente existen las Unidades de Verificación, para comprobar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas, pero solamente en los campos o actividades para los que hubieren sido aprobados por las dependencias competentes.

VIGÉSIMA.- Quedó aclarado el punto que presentaba confusión respecto de la forma de operación de la empresa de autofinanciamiento, era el relativo a considerar a la empresa de autofinanciamiento como una entidad financiera, en razón de que en el autofinanciamiento, los consumidores entregan sumas de dinero a un tercero, para ser administrado en beneficio del propio grupo; sin embargo, la interrogante se despeja y nos lleva a determinar que no es una entidad financiera, en razón de que, la empresa de autofinanciamiento atiende a lo dispuesto por la NOM-143-SCFI-2000, en el sentido de que la empresa no maneja directamente los capitales recibidos por los grupos de consumidores, es decir que no recibe dinero ni otorga préstamos a los consumidores, sino que es el fiduciario quien realiza esta función de captación y administración de los recursos del grupo para la adquisición de bienes o servicios ofrecidos en el contrato.



Clasificación Mexicana de
Actividades y Productos
Distrito Federal
Guía Básica de Trámites

CONSTITUCION DE SOCIEDADES ANTE LA S.R.E.		TRAMITE FEDERAL
Trámite para obtener de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) la autorización del nombre de la sociedad Denominación Social		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional/ Ricardo Flores Magon No. 1 Anexo II P.A., Col. Nonoalco Tlatelolco México, D.F. Lada (55) Tel. 57 82 41 44 Ext. 4068 (de 9:00 a 15:00Hrs)		5 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	SA1	\$575.00 por recepción, de examen y expedición del permiso
Mayor información del trámite ante la SRE.		

AVISO DE USO DE LOS PERMISOS PARA LA CONSTITUCION DE SOCIEDADES O CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL		TRAMITE FEDERAL
Trámite para informar a la S.R.E. que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional/ Ricardo Flores Magon No. 1 Anexo II P.A., Col. Nonoalco Tlatelolco México, D.F. Lada (55) Tel. 57 82 41 44 Ext. 4068 (de 9:00 a 14:30Hrs)		No se requiere
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
90 días hábiles para dar aviso	No aplica	\$210.00 pesos \$1,105.00 Extemporáneos
Mayor información del trámite ante la SRE.		

REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y EL COMERCIO		TRAMITE LOCAL
Trámite mediante el cual se hace el registro de la Acta constitutiva ante dicha Instancia		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de la Propiedad y el Comercio del D. F. Villalongín No. 15 Col. Cuauhtémoc México, D.F. Lada (55) Tel. 51 40 17 00 (de 8:00 a 14:00 Hrs)		20 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	Universal	Variable de acuerdo al monto para la inscripción \$845.25 mínimo / \$8472.50 máximo

APROBACION ANTE LA SHCP DEL CONVENIO DE RESPONSABILIDADES DE GRUPOS FINANCIEROS		TRAMITE FEDERAL
--	--	-----------------

Aprobación del convenio de responsabilidades de los grupos financieros filiales y sus modificaciones.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Banca y Ahorro. Insurgentes Sur No. 826 15° Piso, Col. Del Valle. México, D.F. Lada (55) Tel. 52 28 19 51 y 52 28 19 52 (De 9:00 a 15:00 Hrs. y de 16:00 a 18:00 Hrs.)		30 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	Solicitud por escrito	Gratuito

INSCRIPCION EN EL RFC / CEDULA FISCAL		TRAMITE FEDERAL
Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la SHCP, para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes. NOTA: A partir del 1° de Julio de 1999, las personas físicas, al momento de tramitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, Deberán presentar conjuntamente, la Forma oficial R1 y la Forma denominada "Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP."		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Administración Local de Recaudación, en los Módulos de Atención Fiscal, en los Módulos de Recepción de Trámites Fiscales y a través del Buzón Fiscal; información al contribuyente México, D.F. Lada (55) Tel. 52 27 02 97 y 01 800 90 450 00		Desde la respuesta inmediata hasta 3 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	R1 / Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP	Gratuito
Orientación y asistencia especializada		

CERTIFICACION DE ZONIFICACION PARA USO ESPECIFICO		TRAMITE LOCAL
Trámite mediante el cual se hace constar si un uso específico esta permitido o prohibido para determinado inmueble, conforme a los Programas de Desarrollo Urbano.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI)/Dirección del Registro de los Planes y Programas de Desarrollo Urbano/ Calle Victoria No. 7, P.B, Esq. Eje Central Lázaro Cárdenas, Col. Centro México, D.F. Lada (55) Tel. 55 10 93 96 Y 55 12 31 10. y/o en las Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. / Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 56 11 11 05 y 55 63 34 00 (de 9:00 a 14:00 Hrs.)		2 a 7 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
2 años para ejercer el derecho que confiere	DU03	\$598.70 pesos

LICENCIA DE USO DE SUELO		TRAMITE LOCAL
Documento expedido por el DDF en el cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios.		

AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Administración Urbana (SEDUVI) con sede en el Colegio de Arquitectos/ Av. Constituyentes No. 800, Col. Lomas Altas, Lada (55) Tel. 55 70 00 07/Colegio de Ingenieros Civiles de México, A.C./Camino a Sta. Teresa No. 187, Col. Parques del Pedregal Tel. 56 06 84 15, 56 06 89 15 y 56 06 23 23 (de 9:00 a 16:00 Hrs.)		21 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
2 años para ejercer el derecho que confiere	AU07	\$1,988.20 pesos

VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACION		TRAMITE ESTATAL
Trámite mediante el cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 1 Piso Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 31 67 y 563 34 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)		3 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
3 años (renovación)	AU19	Gratuito

APROBACION ANTE LA SHCP DE LOS ESTATUTOS DE SOCIEDADES CONTROLADORAS FILIALES		TRAMITE FEDERAL
Trámite que se lleva a cabo ante la SHCP para la aprobación de los estatutos de las sociedades controladoras filiales y sus modificaciones.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Banca y Ahorro. Insurgentes Sur No. 826 15° Piso, Col.Del Valle. México, D.F. Lada (55) Tel. 52 28 19 51 y 52 28 19 52 (De 9:00 a 15:00 Hrs. y de 16:00 a 18:00 Hrs.)		30 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	Solicitud por escrito	Gratuito

DECLARACION DE APERTURA		TRAMITE LOCAL
Trámite para obtener el documento con el que deberán contar los titulares de establecimientos, cuyo giro no requiere de licencia de funcionamiento para su operación, mismo que puede realizar en Internet en http://www.apertura.df.gob.mx Cabe señalar que para poder realizar este tramite es necesario contar con el Certificado de Zonificación.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 31 67 y 563 34 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)		Inmediata
VIGENCIA	FORMATO	COSTO

Indefinida	VU09 Declaración de Apertura	Gratuito
------------	------------------------------	----------

LICENCIA DE ANUNCIO		TRAMITE LOCAL
Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio, o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Ventanillas Unicas Delegacionales del DDF México, D.F. (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 11 05 y 563 34 00 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)		Inmediata
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
1 año (renovación)	AU08	Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables

REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT		TRAMITE FEDERAL
El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Subdelegaciones/ México, D.F. Lada (55) Tel. 52 41 02 4529 (de 9:00 a 14:00 Hrs.)		15 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	Aviso de inscripción patronal AFIL01 Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo SSRT01003 Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno) AFIL02	Gratuito
Mayor información del trámite ante el IMSS		

CONSTITUCION DE LA COMISION MIXTA DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO		TRAMITE FEDERAL
Trámite mediante el cual se integra a la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la STPS.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Capacitación y Productividad / Av. Azcapotzalco la Villa No. 209 Edificio "E" P.B. Col. Barrio de Santo Tomas México, D.F. Lada (55) Tel. 53 82 34 53 (de 9:30 a 14:30 Hrs.)		No tiene plazo oficial de respuesta
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	DC1	Gratuito
Mayor información del trámite ante la STPS		

REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE		TRAMITE ESTATAL
---	--	-----------------

AGUAS RESIDUALES		
Trámite que realizan los propietarios de establecimientos para que se les autorice la descarga de aguas residuales al sistema de alcantarillado urbano del D.F.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Gestión Ambiental del D.F./Dirección de Regulación y Gestión Ambiental de Aguas, Suelos y Residuos/Xalapa No. 15, Col. Roma Norte, México, D.F. Lada (55) Tel. 52 09 99 03 (de 9:00 a 14:00 Hrs.) Ventanilla Unica de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 56 11 11 05 y 55 63 34 00 Ext. 379 (de 9:00 a 15:00 Hrs.)		25 días hábiles
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	PC33	Gratuito

PROGRAMA INTERNO DE PROTECCION CIVIL		TRAMITE ESTATAL
Trámite mediante el cual se definen las acciones destinadas a la salvaguarda de la integridad física de los empleados y de las personas que concurran al establecimiento		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Protección Civil (SEDUVI)/Periférico Sur No. 2769 Col. San Jerónimo Lídice México, D.F. Lada (55) Tel. 56 83 40 86 y 56 83 28 38 ext. 101 (de 9:00 a 15:00 y de 18:00 a 21:00 Hrs.)		1 mes
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	CP-02	Gratuito

ACTA DE INTEGRACION A LA COMISION DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO		TRAMITE FEDERAL
Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la STPS.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Seguridad e Higiene en el Trabajo / Av. Azcapotzalco la Villa No. 209 Piso 19 Col. Barrio de Santo Tomas México, D.F. Lada (55) Tel. 55 63 05 00 ext. 3101 (de 8:30 a 14:30 Hrs.)		No tiene plazo oficial de respuesta
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Indefinida	No requiere formato específico	Gratuito
Mayor información del trámite ante la STPS		

APROBACION DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO		TRAMITE FEDERAL
Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS)		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION		TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA
Dirección General de Capacitación y Productividad / Av. Azcapotzalco la Villa No. 209 Edificio "E" P.B. Col. Barrio de Santo Tomas, México, D.F. Lada (55) Tel. 53 94 51 66 Ext.		Inmediata

3580 (de 9:30 a 14:30 Hrs.)		
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Determinada en el programa propuesto y no debe exceder de 4 años	DC2	Gratuito
Mayor información del trámite ante la STPS		

INSCRIPCION EN EL PADRON DE IMPUESTO SOBRE NOMINAS	TRAMITE LOCAL	
Trámite por medio del cual se integra al Padrón de Contribuyentes del D. F.		
AREA DONDE SE GESTIONA/HORARIO DE ATENCION	TIEMPO APROXIMADO DE RESPUESTA	
Subtesorería de Administración Tributaria Dirección de Registro (Tesorería del D.F.)/ Izazaga No. 89 6° Piso, Col. Centro, México, D.F. Lada (55) Tel. 57 09 00 30 (de 8:00 a 15:00 Hrs)	Inmediata	
VIGENCIA	FORMATO	COSTO
No aplica vigencia	ISIN00996	Gratuito

BIBLIOGRAFÍA

1. Acosta Romero, Miguel y Pablo Roberto Almazán Alaniz. Tratado Teórico – práctico de Fideicomiso, 4ª edición, editorial Porrúa, México, 2002.
2. Adame Goddard, Jorge, *El Contrato de Compraventa Internacional*, 2ª edición, McGraw Hill, México, 1994.
3. Arce Gargollo, Javier, *Contratos Mercantiles Atípicos*, 10ª edición, Porrúa, México, 2005.
4. Arilla Vila, Manuel, *Regulación económica y fiscal de la empresa, Manual de Aplicación*, Kratos, México, 1988.
5. Bejarano Sánchez, Manuel, *Obligaciones civiles*, 5ª. edición, Harla, México, 1999.
6. Borja Soriano, Manuel. Teoría General de las Obligaciones, 10ª edición, México, Editorial Porrúa, 1995.
7. Botana García, Gemma Alejandra, *Los contratos realizados fuera de los establecimientos mercantiles y la protección de los consumidores*, Editorial Bosch, Barcelona, España, 1994.
8. Carvallo Yáñez, Erick; Enrique Lara Treviño, *Formulario Teórico práctico de Contratos Mercantiles*, 2ª. edición, Porrúa, México, 2003.
9. Chani, M.P.; Illade de RR; et. al., *Principios básicos de autofinanciamiento*, Asociación Mexicana de Administradoras y Promotoras de Sistemas de Autofinanciamiento A.C. (AMAPSA); México, 1990.
10. Dávalos Mejía, L. Carlos, *Títulos y contratos de crédito*, 3ª edición, Oxford University Press, México, 2002.
11. Despacho Jurídico Tributario, *Guía práctica de las Sociedades*, 3ª. edición, Lex Nova, Valladolid, España, 1988.
12. Díaz Bravo, Arturo, *Contratos Mercantiles*, 7ª. edición, Oxford University Press, México, 2002.
13. Díaz Gómez, María Angustias, *Prácticas de Derecho de Sociedades*, 3ª. edición, Tecnos, Madrid, 1999.
14. Díaz Mata, A. Y M. Aguilera Gómez. Matemáticas Financieras, 3ª edición, Editorial Mc Graw – Hill, México, 1997.
15. Farina, Juan Manuel, *Contratos Mercantiles Modernos, Modalidades de Contratación Mercantil*, 9ª. edición, Astrea de Alfredo y Ricardo de Palma, Buenos Aires, 1993.
16. Fiscal y Laboral Editorial. Casos Prácticos de Derecho Corporativo, México, 1984.
17. Galindo Garfías, Ignacio. Derecho Civil, 15ª edición, Editorial Porrúa, México, 2000.
18. García Maynez, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho, 12ª edición, Editorial Porrúa, México, 2004.
19. García Ramírez, Efraín, *Lavado de dinero: Análisis Jurídico del delito de operaciones con recursos de procedencia ilícita*, Sista, México, 1994.
20. Instituto Nacional de Ciencias Penales, *Aspectos Socioeconómicos del lavado de*

- dinero en México*, INACIPE, México, 1991.
21. Kelsen, Hans. Teoría Pura del Derecho, 15ª edición, Oxford, México, 2000.
 22. León Tovar, Soyla H. Contratos Mercantiles, México, Oxford, 2003.
 23. Nando Lefort, Víctor Manuel, *El lavado de dinero; nuevo problema para el campo jurídico*, Trillas, México, 1997.
 24. Olvera de Luna, Omar, *Contratos Mercantiles*, Porrúa, México, 1982.
 25. Perdomo Moreno, Abraham, *Contabilidad de Sociedades Mercantiles*, Ediciones Contables y Administrativas, México, 1999.
 26. Pérez Cristóbal, Jesús, *Lecciones de Régimen Fiscal de la Empresa*, Centro de Estudios Financieros, Madrid, 1999.
 27. Rinesi, Antonio J. Contratos, Tomo I, Parte General, Mave Editor, Buenos Aires, 1999.
 28. Rojina Villegas, Rafael. Derecho Civil Mexicano, tomo II, 10ª edición, México, Editorial Porrúa, 2000.
 29. Schretnan Ch., *Ideas Automotrices*, Boletín de la Asociación Mexicana de Autofinanciamiento, México, 1998.
 30. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, *Sistema de Autofinanciamiento*, SECOFI, México, 1990.
 31. Secretaría del Trabajo y Previsión Social, *Vendedor de Autofinanciamiento*, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, México, 1990.
 32. Sepúlveda Sandoval, Carlos, *La empresa y sus actividades: concepto jurídico*, McGraw Hill, México, 1996.
 33. Serick, Rolf, *Apariencia y realidad de las sociedades mercantiles: El abuso del Derecho por medio de la persona jurídica*, Ariel, Barcelona, España, 1958.
 34. SICREA, *El vendedor SICREA*, SICREA, México, 1990.
 35. Tiedermann, Klaus, *Poder económico y delito: Introducción al Derecho Penal y Económico de la Empresa*, Ariel, Barcelona, España, 1985.
 36. Urbina Nandayaba, Arturo de Jesús, *Los Paraísos Fiscales y el Lavado de Dinero*, Sistemas de Información Contable y Administrativa computarizada, México, 1997.
 37. Valley, Jean, *Amortización, autofinanciamiento y devaluación*, Madrid, 1994.
 38. Vásquez del Mercado, Oscar. *Contratos mercantiles*, Porrúa, 7ª edición, México, 1997.
 39. Vega Ulibarri, Ángel de la, *Obligaciones prácticas de la empresa conforme al Código Fiscal de la Federación*, Publicaciones Administrativas Contables DEYCA, México, 1984.
 40. Viguri Perea, Agustín, *La protección del consumidor y usuario en el marco de los Contratos de Adhesión*, Comares, Granada, España, 1995.
 41. Zamora Sánchez, Pedro, *Marco Jurídico del lavado de dinero*, University of Oxford, México, 1999.

HEMEROGRAFÍA

2. Artículo: Análisis de los contratos del llamado autofinanciamiento en materia inmobiliaria
Autor: Fernando Rivera Soler.
Revista: Nuevo Consultorio Fiscal.
Año 10, Número 174, 1996.
México, Distrito Federal.

NORMATIVIDAD

- 1) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- 2) Código de Comercio.
- 3) Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la integración de Grupos de Consumidores. Diario Oficial de la Federación, Mayo 17, 1994.
- 4) NOM – 037 – SCFI – 1994, Diario Oficial de la Federación. Julio 8, 1994.
- 5) Ley Federal de Protección al Consumidor.
- 6) Ley Federal de Juegos y Sorteos.

CONSULTA EN INTERNET

<http://www.firmeplus.com.mx>
<http://www.narms98.com.mx>
<http://www.rodpas.com.mx>
<http://www.inetcorp.net.mx>
<http://www.amapsa.com.mx>
<http://www.info4.juridicas.unam.mx>
<http://www.publixiii.com.mx>
<http://www.reforma.com.mx>
<http://www.jornada.com.mx>