

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

CIUDAD UNIVERSITARIA

*LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL CONTRATO DE
AUTOFINANCIAMIENTO PARA SER TRATADO EN UN
APARTADO ESPECIAL EN LA LEY.*

*Tesis que para obtener el título de Licenciado en Derecho
presenta la alumna:*

Norma Guadalupe Balderas Martínez

Asesor: Licenciado Alfredo Fonseca Hernández

México, Distrito Federal 2011.



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

A g r a d e c i m i e n t o s

A mis padres: José Manuel y Virginia: Por darme la oportunidad de nacer y crecer en el seno de una gran familia y a quienes debo todos los beneficios de la vida.

A mi esposo Rey Gerardo: Por todo su gran amor y comprensión.

A mis hijos Gerardo Isaac, Fátima y Ulises: Siendo ellos mi motivo de vida, orgullo y superación personal.

A mis hermanos José Manuel, Benjamín y Darío: Por todo su apoyo.

A mi alma Mater: Por brindarme mi formación intelectual, humana, ética y profesional.

A mi asesor el profesor Alfredo Fonseca Hernández: Por toda su paciencia, sus conocimientos y consejos recibidos para la realización y culminación de mi tesis.

Al Contador Felipe A. Téllez Mejía y Edgar Doroteo García: Quienes depositaron en mí su confianza.

A mis amigos Rocío Juárez Romero y Demetrio L. Pacheco Rueda: Por su amistad incondicional y sincera.

Gracias

CAPITULADO

INTRODUCCION.	5
----------------------	----------

CAPITULO PRIMERO

ANTECEDENTES DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

1.1	<i>Extranjeros</i>	10
1.1.1	<i>Alemania.</i>	11
1.1.2	<i>Brasil.</i>	13
1.1.3	<i>Argentina.</i>	15
1.2	<i>México.</i>	17
1.3	<i>Naturaleza jurídica.</i>	19
1.4	<i>Marco Jurídico.</i>	20
1.4.1	<i>Ley Federal de Protección al Consumidor vigente y sus reformas</i>	26
1.4.2	<i>Reglamento de Sistemas de Comercialización Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores.</i>	27
1.4.3	<i>Normas Oficiales Mexicanas.</i>	29

CAPITULO SEGUNDO

EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

GENERALIDADES.

2.1	<i>Etimología y Definición del contrato en general.</i>	32
2.2	<i>El contrato de autofinanciamiento.</i>	33
2.2.1	<i>Elementos de la definición del contrato de autofinanciamiento</i>	35
	<i>a).- Contrato de Autofinanciamiento</i>	35
	<i>b).- El grupo de personas</i>	35
	<i>c).- La aportación</i>	36
	<i>d).- La institución financiera</i>	36
2.2	<i>Elementos Personales</i>	37
	<i>a) Empresa.</i>	37
	<i>b) Consumidor.</i>	41
	<i>c) Fideicomiso.</i>	42
2.3	<i>Elementos de existencia.</i>	46

2.3.1	<i>Consentimiento.</i>	47
2.3.2	<i>Objeto.</i>	48
2.4	<i>Requisitos de validez.</i>	51
2.4.1	<i>Capacidad.</i>	51
2.4.2	<i>Ausencia de vicios del consentimiento.</i>	54
2.4.3	<i>Licitud en el objeto, motivo o fin.</i>	58
2.5	<i>Características del contrato de autofinanciamiento.</i>	58
2.5.1	<i>Bilateral.</i>	58
2.5.2	<i>Oneroso.</i>	59
2.5.3	<i>Conmutativo.</i>	61
2.5.4	<i>Principal.</i>	63
2.5.5	<i>Formal.</i>	64
2.5.6	<i>Consensual.</i>	65
2.5.7	<i>Tracto sucesivo.</i>	65
2.5.8	<i>No nominado ó atípico</i>	66
2.5.9	<i>De adhesión.</i>	67
2.6.	<i>Desarrollo Práctico</i>	71

CAPITULO TERCERO

FUNCIONAMIENTO DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO E INTEGRACION DE GRUPOS

3.1	<i>La conformación de grupos.</i>	74
3.2	<i>Obligaciones de los contratantes.</i>	77
3.2.1	<i>Obligaciones del proveedor.</i>	78
3.2.2	<i>Obligaciones del consumidor.</i>	80
3.2.3	<i>Derechos del consumidor.</i>	80
3.3	<i>Medios de Adjudicación</i>	81
3.3.1	<i>Adjudicación Directa</i>	82
3.3.2	<i>Antigüedad o permanencia</i>	82
3.3.3	<i>Puntuación o puntaje</i>	82
3.3.4.	<i>Sorteo</i>	83
3.3.5	<i>Subasta</i>	83
3.4	<i>Formas de entrega del bien</i>	85
3.4.1	<i>Plazo</i>	86

3.4.2	<i>Caso Fortuito</i>	89
3.4.3	<i>Garantías</i>	90
	a) <i>Prenda</i>	91
	b) <i>Fianza</i>	91
	c) <i>Aval</i>	91
	d) <i>Hipoteca</i>	91
3.5	<i>Causas o motivos de terminación</i>	92
3.5.1	<i>Revocación o cancelación.</i>	92
3.5.2	<i>Rescisión.</i>	93
3.5.3	<i>Cesión de derechos.</i>	95
3.5.4	<i>Por llegar al plazo a su termino y/o cumplimiento del contrato</i>	95

CAPITULO CUARTO

LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR Y SU PARTICIPACION EN EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

4.1	<i>Origen.</i>	97
4.2	<i>Naturaleza Jurídica.</i>	99
4.3	<i>Organización.</i>	100
4.4	<i>Patrimonio.</i>	102
4.5	<i>Atribuciones.</i>	102
4.6	<i>Facultades Conciliatorias</i>	106
4.6.1	<i>Terminación del procedimiento conciliatorio</i>	111
4.7	<i>Facultades Arbitrales.</i>	112

CAPITULO QUINTO

LA CONVENIENCIA DE REGULAR EL CONTRATO Y A LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO EN LA LEY GENERAL DE ORGANIZACIONES Y AUXILIARES DEL CREDITO.

5.1	<i>Nuevo apartado legal para el Contrato de Autofinanciamiento</i>	122
	CONCLUSIONES.	129
	BIBLIOGRAFIA.	134
	ANEXO 1 CONTRATO DE ADHESION DE AUTOFIN MEXICO	135

INTRODUCCION.

Las graves y recurrentes crisis económicas experimentadas en el país desde la década de los setenta, acumulada a las elevadas tasas de interés, la falta de créditos en el mercado y la devaluación de la moneda mexicana, han generado en la actualidad que millones de mexicanos carezcan de los recursos económicos necesarios para adquirir de contado los bienes y servicios esenciales para satisfacer sus necesidades más íntimas y personales. Ante dicha realidad, es que desde hace más de cuarenta años empezaron a operar en México, sistemas de comercialización consistentes en la integración de pequeños o grandes grupos de consumidores, quienes aportan periódicamente determinadas sumas de dinero para constituir un fondo común y así tener acceso a bienes o servicios, como instrumento de financiamiento en compras para sus integrantes.

*Estos grupos mejor conocidos como **Sistemas de Autofinanciamiento** han cobrado gran auge en los últimos años. Por lo que, es común escuchar a diario en la radio o ver por televisión e Internet, anuncios y ofertas de grandes empresas que ofrecen la adquisición de bienes o servicios a través de éstos novedosos métodos o técnicas comerciales.*

Por ello, pregunto: ¿Qué tanto conoce la sociedad sobre este tema?, ¿Sabemos realmente en qué consiste dicho sistema?, ¿Cuáles son sus

ventajas y desventajas?, ¿Cómo están integrados los grupos de consumidores?, ¿Cuál es su fundamento legal?, etc.

Como se verá a lo largo de este trabajo de investigación, el Contrato de Autofinanciamiento es un tema poco conocido y analizado por los estudiosos del derecho y por lo tanto, su regulación jurídica es escasa. Esta carencia puede representar un grave riesgo para la inversión de miles y miles de personas quienes ven en este esquema, la única oportunidad de proveerse de los bienes y servicios que necesitan.

¿Qué importancia tiene dicho contrato en la Ley?, ¿Cuáles son los derechos y obligaciones de las partes contratantes?, ¿Es adecuada la forma como se encuentra regulado en México? éstas y otras interrogantes son las que me motivaron a realizar esta investigación, cuya finalidad es el de dar a conocer al lector un panorama acerca del origen, funcionamiento y futuro del Autofinanciamiento en México, pretendiendo analizar desde una perspectiva crítica su naturaleza.

El presente trabajo tiene también la intención de contribuir al escaso acervo bibliográfico que existe sobre este tema, con el fin de que las propuestas aquí planteadas pudieran servir para la creación de un apartado especial en la Ley, que regule la estructura, organización y funcionamiento de este sistema

En el primer capítulo se hablará de las causas y motivos que dieron origen al contrato de autofinanciamiento en países como: Alemania, Brasil o Argentina, sin que desde luego se pase por alto al consorcio término con el cual originalmente se denominó a este método de compra en México, así como el análisis de su naturaleza jurídica, puntualizando su regulación. Se comenta ampliamente el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como las diversas normas oficiales que han dado vida y sustento a esta forma de comercialización.

El segundo capítulo analiza al contrato como acto jurídico y no como norma jurídica individual; entendiéndolo al primero, como aquella manifestación de la voluntad encaminada a la creación de determinadas circunstancias de derecho. Esta situación que desde luego obliga a tocar el tema relativo a los elementos de existencia, así como de validez del acto jurídico, explicando en qué consiste cada uno de éstos y analizando de que manera se ponen de manifiesto en el Contrato de Autofinanciamiento. En este mismo capítulo, se hará referencia de algunos de los conceptos que existen en el Contrato de Autofinanciamiento.

En la parte final de este apartado, se trata a fondo los elementos personales del sistema de comercialización, entre los que se encuentran: la empresa o proveedor y consumidor.

Punto central de la investigación es el capítulo tercero de este trabajo, ya que en ese apartado se analizará de manera amplia y profunda al contrato de autofinanciamiento. Además lo concerniente a los diversos medios de adjudicación de los bienes o servicios, ya sea, a través de sorteo, subasta o puntaje; las garantías que se establecen para dar cumplimiento a las obligaciones contraídas, así como las causas o motivos de terminación y rescisión del contrato de autofinanciamiento.

El capítulo cuarto, aborda el origen, organización y funcionamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor, órgano descentralizado de servicio social dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, encargado de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores; destacando además las atribuciones a cargo de ella. En este mismo apartado se explica en que consisten y como se ejercen las facultades conciliatorias y arbitrales a cargo del organismo en comento, para tratar de resolver las diferencias entre proveedores y consumidores.

El capítulo quinto ofrece propuestas relativas a la creación de un nuevo apartado en la Legislación Mercantil para que el Contrato de Autofinanciamiento y denominados Sistemas de Comercialización, que actualmente se encuentra regulado en la Ley Federal de Protección al

Consumidor, a través del Contrato de Adhesión. Mediante el cual se adquieren bienes o servicios con Empresas que se encuentran distribuidas por todo el territorio mexicano siendo su atractivo. Pagos cómodos que no afectan su economía.

Considero que atendiendo a su naturaleza mercantil, el contrato debiera tener un soporte legal más completo e integral. Que hoy no tiene, para que este sea regulado por la Ley General de Organizaciones Auxiliares del Crédito y en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, dado que en el acuerdo de voluntades interviene por lo menos una persona que tiene la calidad de comerciante, ya sea personas físicas o morales. Toda vez que un requisito es que la Financiera tenga la calidad de ser una Sociedad Anónima autorizada por el Estado para desempeñar tal función y por tanto ésta última se encuentra regulada por la Ley General de Organizaciones Auxiliares de Crédito.

CAPITULO PRIMERO

ANTECEDENTES DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO

1.1 Extranjeros

El origen del contrato se encuentra en sistemas jurídicos distintos al de México, hoy sabemos por referencias históricas y de carácter bibliográfico que la idea de crear sistemas de financiamiento para grandes grupos de población, tuvo la finalidad de poner a su alcance bienes y servicios con un ingrediente eminentemente “social”. Una forma de hacer llegar el progreso poniendo al alcance de la gente benefactores que de manera individual no podrían conseguirse.

Sobre este punto, se tiene la siguiente información: “El contrato de Autofinanciamiento es un sistema de comercialización basado en la composición de grupos de consumidores, mejor conocido en otras latitudes del mundo como: Consorcio, Fondo Mutuo, Plan de Ahorro Previo o Panderero, cuyo origen proviene de la Alemania nazi de Adolfo Hitler y que se expandió rápidamente a otros países de Sudamérica, tal y como lo veremos adelante”.¹

¹ www.firme-plus.com.mx/antecedentes.

1.1.1 Alemania.

Durante la Alemania nazi, Adolfo Hitler visualizó en este medio de adquisición de bienes y servicios, una fuente única para ganarse la admiración y simpatía de su pueblo. En efecto, años antes del inicio de la Segunda Guerra Mundial, aparece el empresario Ferdinand Porsche, quien pretendía lanzar al mercado un vehículo automotor que con el paso del tiempo se convertirá en el objeto de deseo de muchas personas, concretamente el Volkswagen ó Auto del Pueblo. En aquella época, los carros eran vistos como un artículo de lujo, solamente al alcance de gente con dinero. Ante esta realidad, Hitler decide lanzar una campaña publicitaria señalando que todo ciudadano germano tendría su propio auto.

El mecanismo diseñado para hacer realidad este sueño fue precisamente la conformación de grupos de personas, en donde la gente abonaba pequeñas sumas de dinero, a través de rifas se les asignaba un vehículo, cuyo valor total sería cubierto en pagos parciales. Es así como surge la figura del Autofinanciamiento a nivel mundial. Sin embargo todo fue un sueño, porque el conflicto bélico impidió cumplir con dicho objetivo. Una vez iniciada la guerra, la empresa de Ferdinand Porsche cerró sus puertas para convertirse en una empresa bélica encargada de proporcionar armamento al ejército alemán.

Al término de la Segunda Guerra Mundial, Alemania quedó devastada por los bombardeos de las Naciones Aliadas y envuelta en una severa crisis económica, provocando que sus habitantes carecieran de recursos para satisfacer sus necesidades más elementales. En este panorama de pobreza y hambre, en donde el frío aumentaba la desesperanza de los alemanes. Se le ocurrió a alguien implementar un sistema de compras a futuro integrado por personas de amplia solvencia económica que pudieran efectuar pagos mensuales y así adquirir los calefactores que tanto requerían.

“Mediante este mecanismo se dividía el valor del producto en un plazo determinado por los participantes y se compraba un aparato eléctrico hasta que cada alemán contara con un aparato propio”.²

Así, el Nacionalsocialismo en Alemania comenzó a edificar una estructura que permitiera a la población adquirir bienes a través del financiamiento y paralelamente a ello ganarse también la simpatía de su pueblo, dado que en aquella época el automóvil se consideraba un artículo de gran lujo, sin embargo, con el objeto de que toda la población tuviera la posibilidad de adquirir vehículos se creó el sistema de autofinanciamiento: el llamado “auto del pueblo” traería felicidad según rezaba la propaganda del Tercer Reich y así se llamó al primitivo “escarabajo” o “Käfer” el

² www.firme-plus.com.mx/antecedentes.

KdFWagen Kraft durch der Freude (algo como la fuerza a través de la Alegría, en la traducción más libre). Rezaba la propaganda de la incipiente firma automotriz alemana, puesta en marcha por el Ingeniero Ferdinand Porsche por encargo del mismísimo Adolf Hitler. De esta forma como se comenzó a comercializar ya poner al alcance de la población en general el “Volk” o pueblo lo que hasta el día de hoy conocemos como “Vocho”, precisamente a través de sistemas de autofinanciamiento. No resulta raro observar en los viejos títulos de propiedad de las unidades entregadas a la población y que tenían diversos oficios tales como Sastre (Schneidermeister) entre otros.

En la actualidad en México este sistema sigue operando con la firma alemana, conocido comercialmente como “Afasa”.

1.1.2 Brasil.

A partir de 1960, Brasil experimenta una severa crisis inflacionaria que dejó a su pueblo sin ninguna posibilidad económica. Ante ello nace entre los sindicatos de trabajadores la idea de conformar lo que denominaron como “Fondos Mutuos”, con la firme idea de adquirir bienes muebles mediante el esfuerzo unido de todos los trabajadores. Este sistema se volvió tan popular en aquel país que para el año 1971, fue necesario crear una Ley que regulara este tipo de financiamiento.

Así es como se crea la primera Ley Reguladora del Autofinanciamiento, de fecha 20 de diciembre de 1971, mejor conocida como Ley 5768. Años más tarde, los comerciantes brasileños se dieron cuenta que este sistema era una excelente forma de poder comercializar en el mercado cualquier producto, tan es así que de inmediato lo introdujeron al sector automotriz bajo el nombre de Consorcio. Fue tal el éxito de este método que para 1982, era casi imposible de manejar.

”El Consorcio Brasileño se caracterizó porque:

La recaudación del ahorro consistía en la aportación periódica que el consumidor debía pagar para tener derecho al beneficio contratado.

“Los fondos para financiar la compra de bienes y servicios provenían de los propios adquirientes; A fin de administrar los recursos aportados, la empresa organizadora se encargaba de proveer todos los elementos humanos y materiales suficientes a fin de obtener el objetivo deseado”.³

La adquisición de bienes se hacía de acuerdo a las características del grupo formado. La empresa se encargaba de obtener los bienes, mismos que serían adjudicados a los contratantes bajo los procedimientos establecidos en el contrato. El plazo podía alargarse prudentemente en la

³ www.afasa.com.mx.

medida de la vida útil del bien, reduciéndose simultáneamente las cuotas iniciales y sin que exista la necesidad de cobrar intereses.

Hoy en día es tal el éxito que ha tenido el Autofinanciamiento en Brasil que dicha actividad comercial se encuentra integrada por más de 900 empresas y representa el 2% del producto interno bruto (PIB).

1.1.3 Argentina.

A diferencia de países como Alemania o Brasil, “el Contrato de Autofinanciamiento en Argentina, nace en condiciones diferentes gracias al excelente hábito de ahorro con que cuentan sus habitantes”.⁴

El Autor Fernando Aguilar “Señala que los antecedentes de este sistema en Argentina datan de principios de la década de los años sesenta, en donde los fabricantes de automóviles comprobaron con cierta consternación que el mercado nacional era cada vez más restringido y que las ventas al contado no eran suficientes para garantizar la continuidad de su actividad”.⁵

Siendo la financiación de las ventas como el único medio que se presentaba para acceder a potenciales adquirientes que no disponían de

⁴ www.afasa.com.mx.

⁵ AGUILAR, Fernando.- **Sistemas de Ahorro Previo por Grupos Cerrados: Bienes, Dinero, Inmuebles.** Editorial. Astrea, Buenos Aires, 1988, Segunda edición, Pág. 19.

los recursos para comprar al contado, sin embargo, debido a la alarmante aceleración del ritmo inflacionario difícilmente era igualada por la tasa de interés cobrable, el prestamista veía evaporar su beneficio y peor aún, corría el riesgo de no recuperar el valor del dinero que había adelantado.

”Estos problemas quedaron superados cuando se adoptó un sistema de créditos diferidos (Consortios), puesto en práctica en Brasil. Dando paso a un sistema dirigido a la adquisición financiada de bienes durables denominado Ahorro Previo, por grupos cerrados, sin reposición”.⁶

Esta operación de capitalización permite al Ahorrista o Suscriptor, mediante el pago a una Sociedad Administradora de una Cuota Única o Cuotas Fraccionadas, contar con un título, nominativo o al portador, que otorga a su titular o tenedor los siguientes derechos: La participación en sorteos mensuales, mediante los cuales el capital nominal inscrito en el título puede ser reembolsado por anticipado.

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

⁶ Idem.

En los Sistemas de Ahorro Previo por grupos cerrados, el capital aportado por los suscriptores se actualiza mensualmente, así también las obligaciones de la administradora, en forma tal, que no pierde valor adquisitivo, en especial cuando dicha actualización queda ligada a la variación del precio del bien o el servicio que el suscriptor desea adquirir.

1.2 México.

"El Consorcio nombre con el que se denominó originalmente al contrato de Autofinanciamiento, es introducido en nuestro país por un grupo de especialistas brasileños, quienes impulsaron un novedoso sistema de comercialización que facilitaba la adquisición de vehículos".⁷

Este método de venta, tuvo tanto éxito que a partir del año 1970 aparecen en México las primeras empresas de Autofinanciamiento, como el "Consorcio Albarrán", integrado por empresarios jaliscienses, dedicados a la adquisición de vehículos Volkswagen.

Años más tarde en 1975, se constituyeron las sociedades "Autosubasta" y "Automático", que se enfocaron a promover la adquisición de vehículos Datsun y Volkswagen, respectivamente, a través de lo que ya se conocía como Autofinanciamiento. Más tarde, el grupo de distribuidores

⁷ www.firme-plus.com.mx.

automotrices llamado "Círculo Cresta", perteneciente a la empresa Volkswagen, instituyó la prestación del Servicio de Autofinanciamiento a través de sus distribuidores Volkswagen.

A finales de la década de los setenta se formó "Afasa", como el sistema oficial de financiamiento de los concesionarios de automóviles Volkswagen (ésta fue la primera vez que en nuestro país una empresa vendió sus propios productos a través de ésta figura).

En el año de 1978, se formó la sociedad "Autofinanciamiento de Automóviles" S.A. de C.V. (Autofinauto), que fue la primera empresa que prestó el servicio de Autofinanciamiento sobre todas las marcas de vehículos del mercado en el México, hoy en día sigue funcionando.

Entre el año 1978-1979, inició en operaciones la empresa Autofinauto en las ciudades de Guadalajara y Monterrey, brindando de ésta forma el servicio con miras a alcanzar una distribución a nivel nacional.

Así, a principios de la década de los ochenta ya operaban en el territorio nacional 62 nuevas empresas practicantes del sistema llamado Precio Fijo, sistema que se enfrentó a las difíciles condiciones económicas del país.

1.3 Naturaleza Jurídica.

El Maestro Pedro López Elías para referirse a la naturaleza jurídica del financiamiento apunta: "una de las actividades a las que el ser humano se puede dedicar en su vida diaria, es al comercio o bien a la empresa, o sea a la producción, transformación, compra y venta de artículos; un este sentido tiene que sujetarse a la normatividad aplicable, que en el caso concreto que nos ocupa, son las disposiciones del Derecho Mercantil, las cuales se encuentran contenidas en el Código de Comercio".⁸

Por lo tanto y considerando que es precisamente una sociedad mercantil la encargada de administrar éstos sistemas de comercialización, lógico sería pensar que el Contrato de Autofinanciamiento fuese regulado por normas de carácter mercantil, atendiendo a la finalidad del contrato de índole comercial, dado que no obstante se busque "financiar" al cliente la compra de bienes que no se pagan al "contado", es notorio el ánimo de lucro de la Financiera.

Sobre esto el Maestro Oscar Vásquez del Mercado señala: "Las normas de derecho mercantil cambian en parte las normas de derecho común, para adaptarse a las exigencias de la actividad mercantil".⁹

⁸ Citado por AYLON GONZÁLEZ, María Estela y al.- **Temas Selectos del Derecho Corporativo**. Editorial Porrúa/Facultad de Derecho, México, 2000. Pág. 143.

⁹ VASQUEZ DEL MERCADO, Oscar.- **Contratos Mercantiles**, Décima Sexta edición, Editorial Porrúa, México, 2004. Pág. 150.

En México algunos Contratos Mercantiles se encuentran regulados en un capítulo especial del Código de Comercio, específicamente en el Capítulo Segundo, del Libro Segundo que los regulan de manera general.

El Contrato de Autofinanciamiento se encuentra regulado por una Ley Federal de Protección al Consumidor, lo cual considero desnaturaliza la finalidad del contrato y le resta importancia, dado que por la utilidad y la complejidad del acuerdo de voluntades podríamos pensar que se requiere su integración a una legislación mercantil específica. En efecto, no pasa desapercibido que la Ley Federal de Protección al Consumidor es de orden público, cuyo objeto es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores; Asimismo este contrato se materializa a través de un Contrato de Adhesión el cual previamente tiene que ser revisado y aprobado por funcionarios de la Dirección General de Contratos de Adhesión, Registro y Autofinanciamiento de la Procuraduría Federal del Consumidor.

1.4 Marco jurídico.

El contrato de autofinanciamiento se encuentra regulado en la Ley Federal de Protección al Consumidor y por el conjunto de normas jurídicas de carácter federal, reglamentos y normas oficiales mexicanas que regulan su estructura, organización y funcionamiento.

Desde su llegada al país y hasta la actualidad, el Contrato de Autofinanciamiento ha carecido de un adecuado esquema regulatorio porque no se define entre otras cuestiones lo referente a su estructura, organización, forma de funcionamiento, derechos de los consumidores, etc. Estas limitaciones han derivado en desordenes y fraudes para algunos consumidores, y en beneficio de por parte de las empresas de Autofinanciamiento.

Hasta el 7 de enero de 1982, cuando se publica en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se adiciona por primera vez a la Ley Federal de Protección al Consumidor el artículo 29 Bis, prevé las bases para regular los sistemas de comercialización y le denomino Autofinanciamiento.

En la exposición de motivos del Decreto se pone de manifiesto las razones por las cuales el Estado Mexicano decide regular el contrato incorporándolo a la Ley Federal de Protección al Consumidor, señalando textualmente lo siguiente:

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

cual se adquieren bienes o servicios que se adjudican a los consumidores integrantes del grupo mediante diversos procedimientos, como sorteos, subastas y antigüedad.¹⁰

El sistema encuentra su razón de ser en la falta de recursos económicos suficientes por parte de los consumidores para la adquisición de los bienes o servicios de contado. Contribuyen también a la proliferación del sistema las crecientes tasas de interés, pues ofrecen una buena alternativa a los consumidores para adquirir los bienes o servicios sin el pago de intereses, con algunos cargos a favor de la empresa que administra el sistema.

El autofinanciamiento no se encuentra debidamente regulado, jurídicamente no se han sentado bases que permitan su desarrollo armónico ni sistemático, lo que ha ocasionado su desarrollo en forma anárquica, incompleta y fragmentaria, pues se ha utilizado para bienes en los cuales no se justifica y en perjuicio de algunos consumidores.

Por otra parte, la autoridad administrativa la Procuraduría del Consumidor, ante la que acuden los consumidores manifestando sus quejas, ha sido deficiente en la protección de los intereses de los usuarios, dado que carece de facultades para obligar a las empresas al cumplimiento

¹⁰ Diario Oficial del 7 de Enero de 1982.

del pacto celebrado con ellos, lo cual origina una incertidumbre jurídica.

No obstante lo anterior, el Ejecutivo Federal, atento siempre a la protección de los consumidores, presentó esta iniciativa de adición a la Ley Federal de Protección al Consumidor, de la cual se ha venido narrado su exposición de motivos, en la que destaca lo siguiente:

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

El administrador de los fondos debe ser una persona moral, de acuerdo a la Ley General de Sociedades Mercantiles y acreditar la suficiente capacidad económica, financiera y administrativa, así como la viabilidad operativa del sistema. La empresa sólo podrá cobrar a los consumidores, además de la aportación por el precio del bien o servicio a adquirir, una cuota de inscripción y un porcentaje del valor del bien o servicio por gastos

de administración, el cual se cubriría en cada una de las aportaciones mensuales.

El monto de dichos cargos no deberá exceder de los que fije el Reglamento respectivo. También debe constituirse un fondo de reserva en protección de los intereses de los consumidores integrantes de los grupos, para asegurar la adquisición regular de los bienes o servicios y, por ende, se regulará la adjudicación mensual a los consumidores. Este fondo no es patrimonio de la empresa y el saldo deberá devolverse proporcionalmente a quienes lo aportaron, al liquidarse cada grupo.¹¹

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

¹¹ Diario Oficial del 7 de Enero de 1982.

servicios turísticos.

Como se desprende de la exposición de motivos, con la adición del artículo 29 Bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor se intentó regular por primera vez a esta figura jurídica, dando solución y protección a los consumidores que hacían uso de este sistema.

Tiempo después, el 7 junio de 1982, con la aprobación del Reglamento a que hace referencia el artículo 29 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, sólo once empresas pudieron recibir la nueva autorización por parte del Estado Mexicano, a través del Secretario de Comercio y Fomento Industrial, estableciéndose así el sistema de precio ponderado, que integra una indexación permanente en las mensualidades del integrante o adjudicatario. Este sistema chocó contra las políticas anti-inflacionarias y se volvió problemático para el consumidor.

Ante esta circunstancia, la ex Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ordenó a las empresas existentes que suspendieran las ventas hasta que se encontrara un sistema con características adecuadas al mercado mexicano.

Después de un receso de año y medio, dicha Secretaría dio su aprobación al sistema de porcentaje compensatorio y otorgó en principio la

autorización a nueve empresas únicamente, que fueron las que pudieron sobrevivir al receso señalado.

1.4.1 Ley Federal de Protección al Consumidor vigente y sus reformas.

El 24 de Diciembre de 1992, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación la actual Ley Federal de Protección al Consumidor, quedando por tanto abrogada la anterior ley de 1975, junto con su artículo 29 Bis.

La nueva Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 63 establece: 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.

1.4.2 Reglamento de Sistemas de Comercialización Consistentes en la Integración de de Grupos de Consumidores.

Años más tarde, el 17 mayo de 1994, es publicado en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento de Sistemas de Comercialización mediante la Integración de Grupos de Consumidores. Este reglamento se integraba con 9 artículos, establecía de manera superficial, las reglas básicas a las que deberán ajustarse los sistemas de comercialización mediante la integración de grupos de consumidores, dejando todo lo concerniente a su estructura, organización y funcionamiento a la Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000.

El 10 de Marzo de 2006 en el Diario Oficial es publicado un nuevo reglamento que abroga el anterior. Es reglamentario de los artículos 63 a 63 quintus de la Ley Federal del Consumidor, que tiene por objeto regular los sistemas de comercialización.

Señala que los sistemas de comercialización son esquemas que consisten en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por el proveedor a fin de adquirir bienes determinados o determinables, muebles o inmuebles destinados como habitación o para locales de uso comercial.

El reglamento, consistente en 67 artículos integrados en 16 capítulos, precisa las características de los bienes y servicios que puedan ser objeto de los referidos sistemas de comercialización.¹²

También incluye el contenido mínimo de contratos de adhesión; las características, constitución y, en su caso, autorización y liquidación de grupos de consumidores; los plazos de operación de los sistemas, y la determinación de aportaciones y tipos de cuotas y cuentas.

De igual forma, establece las características de las adjudicaciones y asignaciones; los gastos de administración, costos, penas convencionales, devoluciones e intereses que deben cubrir los consumidores, y sobre el manejo de los recursos por parte de los proveedores.

Además contempla las condiciones para la rescisión y cancelación de contratos; la constitución de garantías, seguros y cobranza; la revisión o supervisión de la operación de los mencionados sistemas por parte de terceros especialistas o auditores externos.

Del mismo modo, el reglamento detalla las características de la información que los proveedores deban proporcionar al consumidor, a las autoridades competentes y a los auditores externos, así como los criterios

¹² Diario Oficial de 10 de Marzo de 2006.

sobre la publicidad dirigida a los consumidores.

Aclara que las operaciones cuyos contratos fueron celebrados con fecha anterior a la entrada en vigor de este reglamento serán sujetos a las disposiciones contenidas en el anterior ordenamiento y a las normas oficiales mexicanas vigentes al momento de su celebración, hasta el vencimiento de los contratos y la liquidación de los grupos.

De acuerdo con la Dirección General y economía Digital de la Secretaría de Economía se requiere que las empresas tengan viabilidad económica, financiera y administrativa para responder ante circunstancias que pongan en riesgo el patrimonio de los consumidores.¹³

1.4.3 Normas Oficiales Mexicanas.

Las normas oficiales mexicanas (NOM) contienen la Información, requisitos, especificaciones y metodología, que para su comercialización en el país deben cumplir los productos o servicios. Son de aplicación general y nacional en los Estados Unidos Mexicanos.

De acuerdo al artículo 40 fracción III de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización las Normas Oficiales tienen como finalidad

¹³ [www.profeco.gob.mx/brujula de compra](http://www.profeco.gob.mx/brujula%20de%20compra).

establecer las características y/o especificaciones que deban reunir los servicios cuando estos puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, animal o vegetal o cuando se trate de la prestación de servicios en forma generalizada para el consumidor.

La entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, hoy en día mejor conocida como Secretaría de Economía, ha publicado diversas Normas Oficiales Mexicanas entre las que destacan las siguientes:

NOM-037-SCFI-1994 (Requisitos para los Contratos en los Sistemas de Comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores).

NOM-EM-006-SCFI-1999 (Prácticas comerciales- Sistemas de Comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores- Requisitos de información para los contratos de adhesión).

Hoy en día se encuentra únicamente vigente la Norma Oficial Mexicana 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 (Sistemas de Autofinanciamiento), publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 19 de septiembre del año 2002.

Misma que dejó sin efectos a la Normas señaladas en el párrafo que antecede. La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, tiene como objetivo principal “Establecer las características de los sistemas para la adquisición de bienes y servicios, mediante la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero destinadas a ese propósito, así como la información que se debe proporcionar al consumidor y los elementos de información que debe contener el contrato de adhesión que se utilice para formalizar este tipo de operaciones, a fin de que los consumidores puedan disponer de información clara y suficiente para tomar la decisión más adecuada a sus necesidades.

Las disposiciones de esa norma son de observancia general y obligatoria en el territorio nacional, para todos los proveedores y comercializadores de sistemas para la adquisición de bienes y servicios mediante la integración de grupos de consumidores.

A grosso modo, la Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000 regula temas básicos como lo son: objetivos; campo de aplicación; definición de algunos conceptos como adjudicación, adjudicación directa, sorteo, subasta, servicios, consumidor, contrato de adhesión etc.; disposiciones generales; información al consumidor; lo relativo al contrato de adhesión y vigilancia; todos esto se analizará con mayor detenimiento en los próximos capítulos

CAPITULO SEGUNDO

EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO. GENERALIDADES.

2.1 Etimología y Definición del contrato en general

*Etimológicamente hablando “La palabra contrato proviene del latín **contractus**, que significa contraer, estrechar, unir, contratar, esta voz deriva de contrato, que entre otras acepciones tiene la de juntar o reunir”.¹⁴*

Si bien es cierto, no es posible dar un concepto general del contrato con validez universal, ya que éste tiene un concepto dinámico, en constante cambio, por lo que varía necesariamente de país en país y de época en época, de acuerdo con sus leyes y costumbres respectivas, sin embargo, previo al análisis de una figura jurídica como lo es el Autofinanciamiento, resulta de vital importancia conocer y entender la naturaleza jurídica del acuerdo de voluntades, esto es, precisar qué es un contrato, así como cuales son sus elementos que lo forman.

En la nuestra legislación el Código Civil Federal distingue al convenio del contrato, considerando al primero como género y al segundo como especie.

Este mismo concepto de convenio lo retoma el artículo 1792 del

Código Civil Federal al establecer convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones.

Mientras que el artículo 1793 de este mismo ordenamiento manifiesta que los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos toman el nombre de contratos, por lo que para los fines de este trabajo adoptaremos dichas definiciones.

Para el Jurista Miguel Ángel Zamora y Valencia, “el contrato, como acto jurídico es el acuerdo de voluntades conforme a lo dispuesto por un supuesto para producir las consecuencias de derecho consistentes en crear o transmitir derechos y obligaciones de contenido patrimonial.”¹⁵

2.2 El contrato de autofinanciamiento.

La palabra Autofinanciamiento se compone de dos vocablos: auto y financiamiento. “Auto: del griego autos, elemento compositivo que entra en la formación de algunas voces españolas con el significado de propio o uno mismo y financiamiento: acción o acto de financiar”.¹⁶ “Financiar: aportar el dinero necesario para una empresa, proyecto o actividad”.¹⁷

¹⁴ Enciclopedia Jurídica Omeba, Tomo IV, Editorial bibliográfica, Argentina, 1969, Pág. 120

¹⁵ ZAMORA Y VALENCIA, Miguel Ángel.- **Contratos Civiles**, Décima Edición, Editorial Porrúa, 2004. Pág. 24.

¹⁶ Diccionario de la Lengua Española, Tomo I, Décima Novena Edición, España, 1981. Pág. 451

¹⁷ Ibidem. Pág. 642.

Por nuestra parte y para fines prácticos de este trabajo, definimos al Contrato de Autofinanciamiento: Es aquel sistema de comercialización que se formaliza a través de un contrato de adhesión debidamente registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor, 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; aportaciones administradas por una sociedad mercantil y 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.

Es de hacer notar que un concepto que se repite en general del Contrato de Autofinanciamiento es que es un sistema que integra grupos de consumidores que aportan periódicamente determinadas sumas de dinero para ser administradas por un tercero, con el fin de adquirir bienes muebles nuevos, como autos, computadoras, etc.

La idea anterior, que pareciera ser incompleta o por lo menos susceptible de perfeccionarse. Por tanto, con la finalidad de que este trabajo cumpla con la finalidad que guarda toda Tesis de aportar conceptos e ideas, estimo que el Contrato de Autofinanciamiento es: Aquel acuerdo de voluntades de naturaleza mercantil, por virtud del cual un conjunto o grupo de personas llamadas "integrantes" (del grupo) aportan en forma

individual, pero en beneficio colectivo o del propio grupo, una cantidad de dinero en forma periódica y por un plazo determinado en el contrato, a otra persona moral llamada empresa financiera, con el objeto de crear un fondo común que se aplicará o destinará a la obtención de un bien o conjunto de bienes requerido o solicitado por el integrante.

2.2.1. Elementos de la definición del contrato de autofinanciamiento.

a). – El Contrato de Autofinanciamiento.

Es un acuerdo de voluntades para crear o transferir derechos y obligaciones, concretamente el Integrante manifiesta su voluntad para integrarse como miembro de un Grupo que pide o solicita a una persona moral (la empresa) servicios de financiamiento.

b). – El grupo de personas.

Es el grupo de individuos que realizan una “Aportación” para crear un Fondo común o colectivo y a efecto de que con estos recursos la Empresa Financiera adquiera un bien o conjunto de bienes para entregarlos al Integrante, debido a la imposibilidad de éste último para adquirirlos “al contado” y por lo tanto. Conjunto de aportaciones crean un fondo de beneficio colectivo o para todos los integrantes del grupo.

c). – La Aportación.

Es la suma de dinero que el Integrante se obliga a pagar a la Financiera, en forma periódica y durante un plazo determinado en el contrato, cantidad que paulatinamente va cubriendo el costo de adquisición del bien, más los gastos, cargas financieras que se determinan en el contrato.

d). – La Institución Financiera.

Es una persona moral comerciante, sociedad mercantil (constituida bajo la forma de Sociedad Anónima), autorizada por el Estado Mexicano para desempeñar o realizar conductas de financiamiento, esto es, para adquirir bienes y transmitirlos a sus clientes (integrantes del grupo), a cambio de una contraprestación.

Por su parte el maestro José Ovalle Fabela señala al respecto: “Los sistemas de comercialización que regula el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, consisten en la integración de grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero, con las que se forma un fondo común, 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 a través de

*procedimientos sorteo, subasta y adjudicación directa”.*¹⁸

2.2.2. Elementos Personales.

Por elementos se entiende, los componentes indivisibles de los cuerpos complejos. Por ello, cuando se habla de una figura como el Autofinanciamiento, necesariamente se debe a los sujetos del mismo, así como la función que cada uno de ellos desarrolla.

a) Empresa.

Una de las partes que intervienen en la celebración del Contrato de Autofinanciamiento. Así, en términos del artículo 2° de la Ley Federal de Protección al Consumidor fracción II proveedor es: la persona física o moral que habitual ó periódicamente ofrece, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios.

Sin embargo, tratándose específicamente del Contrato de Autofinanciamiento, el proveedor reviste una particularidad y es que conforme a lo dispuesto por los artículos 63 y siguientes de la Ley Federal de Protección al Consumidor, sólo las personas morales autorizadas por el Estado para ello, pueden comercializar a través de este tipo de sistemas, es decir, las sociedades que administren los sistemas se comercialización

¹⁸ OVALLE FAVELA, José.- **Derechos del Consumidor**, Primera Edición, UNAM, México, 2000. Pág. 59.

(proveedor acorde al artículo 2° de la Ley) son aquellas personas morales que se constituyan con arreglo a la Ley y cuentan con autorización para desempeñar tales actividades artículos 25 fracción III del Código Civil Federal, 3° fracción II del Código de Comercio y 4 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Aunque no se establece con precisión, en la Ley Federal de Protección al Consumidor, su Reglamento, ni en las Normas Oficiales Mexicanas, cuál de todas las formas señaladas por la Ley General de Sociedades Mercantiles, deben asumir las empresas dedicadas a este sistema de comercialización (Sociedad en Nombre Colectivo, Sociedad en Comandita Simple, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima, Sociedad en Comandita por Acciones o Sociedad Cooperativa). Lo cierto es que en la práctica, la mayoría de las empresas administradoras de Autofinanciamiento, asumen la forma de Sociedades Anónimas de Capital Variable.

En estricto rigor jurídico, como apunta Jorge Barrera Graf, el concepto “Empresa” tiene un origen económico, que “rebasa” según sus propias palabras el concepto tradicional de persona, dado que es la suma de esfuerzos y elementos que permiten desarrollar una actividad de naturaleza económica. Por ello, es importante aclarar que conforme a lo dispuesto por los artículos 25 del Código Civil Federal, 1° y 4° de la Ley

General de Sociedades Mercantiles, 2º y 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el proveedor es una Persona Moral Comerciante autorizada por el Estado para desempeñar actividades de autofinanciamiento.¹⁹

El artículo 25 del Código Civil Federal confiere el carácter de “Persona” a la Sociedad mercantil, esto es, es una ficción jurídica, centro de imputación normativa para efectos del Derecho, mientras que los numerales 1º y 4º de la Ley General de Sociedades Mercantiles confieren el carácter de “comerciante” a éstas últimas.

Dichas sociedades deberán incluir dentro de su escritura constitutiva, su objeto social siendo la comercialización de bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; así también deberá contener los requisitos señalados en el artículo 6º de la Ley General de Sociedades Mercantiles, además de que la escritura constitutiva de la sociedad debe pasarse ante la fe de un Fedatario público artículo 5; e inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio artículo 7º de la misma Ley .

Conforme a lo establecido por los artículos 63 y siguientes de la Ley, para que la empresa de Autofinanciamiento pueda operar y ofrecer este

¹⁹ BARRERA GRAF, Jorge.- Tratado de Derecho Mercantil, Editorial Porrúa, México, 1976. Pág. 814 y ss.

servicio, deberá notificar previamente al Estado, por conducto de su Secretario de Economía su funcionamiento, señalando por escrito los siguientes lineamientos:

a) Que es una persona moral constituida bajo la forma de sociedad mercantil; Presentar copia certificada o documento expedido por fedatario público de: su acta constitutiva y de las modificaciones posteriores, en su caso, donde se establezca que el objeto social es la comercialización de los bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor;

b) Poder que acredite la personalidad del representante legal; y

c) Contrato de Fideicomiso que al afecto haya celebrado la persona moral, el cual se señalará:

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

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

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

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

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

b) Consumidor.

En segundo lugar tenemos al Usuario o Consumidor, que es la persona física o moral cuyo deseo es adquirir un bien mueble, inmueble o un servicio.

Según el artículo 2° de la Ley Federal de Protección al Consumidor fracción I Consumidor: es la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por Consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

El usuario del servicio de Autofinanciamiento recibe varios nombres dependiendo de su ubicación dentro del desarrollo habitual del Autofinanciamiento.

*Es llamado **Consumidor**, de forma genérica, a toda persona física o moral que contrata un sistema de Autofinanciamiento. En su siguiente*

*etapa, se le denomina **Solicitante**, desde que firma el Contrato con el Prestador del Servicio hasta su integración en un grupo de Consumidores o Usuarios. La siguiente denominación, es la de **Integrante**, siendo todo el aquel integrante de un Autofinanciamiento hasta el momento que se convierte en **Adjudicatario** es decir, aquella persona que obtiene el derecho a recibir el bien o servicio objeto del Autofinanciamiento. Finalmente, serán **Adjudicados** todos aquellos que materialmente hayan recibido el bien o servicio objeto del Autofinanciamiento.*

Lo más relevante que se puede mencionar de estas distintas etapas y tipos de usuarios, es que al transitar de la calidad de Adjudicatario se adquiere la obligación de contratar un seguro de daños que ampare el bien Adjudicado.

c) Fideicomiso.

Es importante señalar que, existe un tercer elemento que es importantísimo dentro del esquema del Autofinanciamiento, me refiero al Fideicomiso. Rafael de Pina lo define como “Operación mercantil mediante la cual una persona física o moral, llamada fideicomitente, destina ciertos bienes a la realización de un fin lícito determinado, encomendando ésta a una institución de crédito”.²⁰

²⁰ DE PINA VARA, Rafael.- **Diccionario de Derecho**, Vigésima Edición, Editorial Porrúa, México, 1994. Pág. 289.

El artículo 381 de la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito señala: En virtud del fideicomiso, el fideicomitente trasmite a una institución fiduciaria la propiedad o la titularidad de uno o más bienes o derechos, según sea el caso, para ser destinados a fines lícitos y determinados, encomendando la realización de dichos fines a la propia institución fiduciaria.

De la regulación contenida en el artículo 381 ya transcrito se advierten que los elementos del Fideicomiso son:

a) El fideicomiso es un acuerdo de voluntades por virtud del cual una persona (física o moral), denominada fideicomitente trasmite la titularidad un bien, bienes o derechos a otra persona llamada Fiduciario. Consecuentemente, el fideicomitente es el propietario o dueño original de los bienes o derechos objeto del contrato, cuya titularidad asiste a la fiduciaria.

b) El fideicomitente trasmite de los bienes o derechos: Es importante aclarar que la titularidad del patrimonio fideicomitado se detenta por la fiduciaria en forma temporal, limitada y restringida a los fines del contrato. Esto es la titularidad se ejerce atendiendo a los fines del fideicomiso como acto constitutivo y por tanto es erróneo no es absoluta ni ilimitada.

Por tanto considero que la titularidad fiduciaria no debe considerarse como "propiedad" en el concepto tradicional que conocemos dado que no tiene la característica para ser absoluta ni mucho menos ilimitada para la fiduciaria. En todo caso, propongo se considere como una "propiedad" con características singulares que derivan del propio acto constitutivo (fideicomiso), concretamente como una "propiedad" temporal, limitada, restringida a los fines del fideicomiso.

c) La Fiduciaria es la titular del patrimonio fideicomitado y le asisten todas las acciones concernientes al cumplimiento del fin señalado en el acto constitutivo, así como aquellas que resulten necesarias para la defensa de dicho patrimonio.

Hago notar que conforme a la regulación de las leyes mexicanas, la fiduciaria será siempre una persona moral autorizada por el Estado mexicano para desempeñar funciones de fiduciaria, es decir, requiere de una capacidad de ejercicio "especial" que es precisamente la referida autorización. Podrán desempeñarse como Fiduciarias los Bancos, Casas de Bolsa, Arrendadoras Financieras y en general instituciones financieras que la ley señale expresamente.

d) Del contenido del artículo 381 de la Ley de Títulos y Operaciones del Crédito y en general de los numerales subsecuentes se

advierte que el fin del fideicomiso es un elemento substancial que determina no solamente los alcances del acuerdo de voluntades, sino también de la conducta que deberán asumir las partes en el contrato.

El artículo 381 señala como características del fin del fideicomiso: lícito y determinado. Sin embargo, propongo que además de las anteriores características el fin del fideicomiso sea: determinado, lícito, posible e inmutable.

***Posible** Porque es lógico que debe ser susceptible de realizarse o llevarse a cabo, además de que lo prevé expresamente el artículo 392 como una causa de extinción en su fracción II.*

***Inmutable** porque el artículo 386 considera los bienes dados en fideicomiso como afectos al fin a que se destina. De aquí la importancia de distinguir que la fiduciaria solamente podrá ejercer las acciones encaminadas a conseguir los fines señalados expresamente en el contrato.*

En efecto, las empresas de Autofinanciamiento requieren para su funcionamiento de un Fideicomiso Bancario encargado de administrar las aportaciones de los usuarios y realizar las erogaciones necesarias para pagar por los bienes objeto del Autofinanciamiento.

Son los tipos de Fideicomiso relacionados con los Sistemas de Autofinanciamiento:

I. 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, etc. Por lo tanto, se incrementará la mensualidad cuando el precio autorizado del bien o servicio que se pretende adquirir se eleva.

II.- El Fideicomiso Abierto: Es aquel que 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.

2.3 Elementos de existencia.

*Para el Maestro Ramón Sánchez Medal. "El contrato consta de dos clases de elementos a saber: **elementos de existencia**, que son el consentimiento y el objeto; y **elementos de validez**, que son cuatro: capacidad, ausencia de vicios del consentimiento, forma en los casos*

exigidos por la ley y fin o motivo determinante lícito, es decir, que no sea contrario a las leyes”.²¹

Los elementos de existencia son de vital importancia, ya que si al celebrarse un determinado contrato, se omite alguno de estos elementos, dicho acto no existirá en el mundo jurídico y por ende no producirá efecto legal alguno.

2.3.1 Consentimiento.

Para el maestro Miguel Ángel Zamora y Valencia: “El consentimiento es el acuerdo de dos o más voluntades en los términos de una norma para la producción de las consecuencias previstas en la misma. En el contrato, el consentimiento es la unión o conjunción acorde de voluntades de los sujetos contratantes, en los términos de la norma, para crear o transmitir derechos y obligaciones”.²²

El consentimiento puede ser expreso o tácito, es expreso cuando se manifiesta verbalmente, por escrito o por signos inequívocos; el tácito resulta de hechos o actos que lo presupongan o autoricen a presumirlo.

²¹ SÁNCHEZ MEDAL, Ramón.- **De los Contratos Civiles**, Séptima edición, Editorial Porrúa, México, 2004. Pág. 25.

²² ZAMORA Y VALENCIA, Miguel Ángel.- Op. Cit, Pág. 26.

El consentimiento se forma por una oferta o policitud y por la aceptación de la misma.

La oferta o policitud es una proposición concreta de un sujeto a otra persona respecto de un asunto de interés jurídico, la aceptación, implica la conformidad con la oferta.

Ahora bien, trasladando todos estos principios al Contrato de Autofinanciamiento, el consentimiento en este tipo de contrato debe manifestarse de manera expresa y se perfecciona cuando el consumidor presenta su solicitud a la empresa de autofinanciamiento y ésta la acepta.

2.3.2 El Objeto.

Conforme a lo dispuesto por la fracción II del artículo 1794 del Código Civil Federal, el segundo elemento de existencia en un contrato lo constituye el objeto.

El vocablo objeto tiene tres significados en el campo de la materia contractual:

- a) **Objeto directo del contrato:** que es el crear y transmitir derechos y obligaciones.*
- b) **Objeto indirecto:** es la conducta que debe cumplir el deudor, conducta que puede ser de tres maneras: dar, hacer o no hacer.*

Finalmente, se considera también objeto del contrato, la cosa material que la persona debe entregar.

El Maestro Rafael Rojina Villegas, acertadamente señala: “Desde el punto de vista doctrinario se distingue el objeto directo, que es crear o transmitir obligaciones en los contratos, y el objeto indirecto, que es la cosa o el hecho que asimismo son el objeto de la obligación que engendra el contrato. A su vez, en la obligación el objeto directo es la conducta del deudor, y el indirecto la cosa o el hecho relacionado con dicha conducta”.²³

Del análisis del artículo 1824 del Código Civil Federal, se desprende que son objeto de los contratos:

- I. La cosa que el obligado debe dar;*
- II. El hecho que el obligado debe hacer o no hacer.*

Todas ellas se refieren al cumplimiento efectivo de la deuda. Por lo tanto, si la conducta del deudor es de dar, se pagará dando cosas o dinero, y si la conducta del deudor es de no hacer, se pagará, absteniéndose de hacer dicha conducta.

Respecto de las obligaciones de dar, el objeto se pagará

²³ ROJINA VILLEGAS, Rafael.- Compendio de Derecho Civil, Tomo III, Décima edición, Editorial Porrúa, México, 1987, Pág. 60.

transmitiendo el uso o dominio de la cosa. Por lo que, la cosa objeto del contrato como requisitos debe estar al artículo 1825 del Código Civil Federal dispone:

1° Existir en la Naturaleza.

2° Ser determinada o determinable en cuanto a su especie y

3° Estar en el comercio.

El primero de los requisitos esenciales de la cosa, se refiere, a que ésta debe de existir físicamente en la naturaleza, por lo tanto, hay una imposibilidad física cuando no existe.

La posibilidad jurídica, segundo elemento esencial de la cosa objeto del contrato consiste artículo 1827 del Código Civil. El hecho positivo o negativo del contrato debe ser:

I. Posible;

II. Lícito.

El objeto directo del Contrato de Autofinanciamiento se manifiesta como prestaciones de hacer que consiste en la realización de una serie de obligaciones a cargo de ambas partes para la obtención de un fin.

El fin perseguido en este contrato y que en si es el objeto directo del contrato en estudio es obtener un financiamiento. En efecto, el financiamiento es el objeto directo de este contrato. Es el fin inmediato a

que las partes contratantes buscan después de haber celebrado el Contrato de Autofinanciamiento.

2.4 Requisitos de validez.

Además del consentimiento y el objeto que son imprescindibles para que pueda hablarse de contrato, la Ley exige otros requisitos que deben darse en la formación del mismo, para que produzca plenamente sus efectos y no pueda ser anulado.

Tales requisitos deben darse y existir aún antes del contrato, siendo: la capacidad, la ausencia de vicios del consentimiento y la licitud en el objeto, motivo o fin. La validez del acto jurídico, radica esencialmente en el cumplimiento exacto de los cuatro elementos de validez.

El acto jurídico es existente y podrá tener por tanto una existencia perfecta y se denominan actos válidos; otros tendrán una existencia imperfecta y se nombran actos nulos. El cumplimiento conforme a la Ley de los elementos de validez dan al acto jurídico una existencia perfecta.

2.4.1 Capacidad.

Entre los elementos de validez de todo contrato se cuenta la capacidad de las partes y podemos definirla como la aptitud jurídica para ser titular de obligaciones y derechos y además de ejercerlos.

La capacidad general tiene su vez dos categorías: la capacidad de goce y la capacidad de ejercicio. La capacidad es la aptitud de las personas para ser titulares de derechos y obligaciones y para hacerlos valer por si mismas. En el caso de personas físicas o personas morales por conducto de sus representantes legales.

La capacidad se clasifica de goce y ejercicio:

a) La capacidad de goce es la aptitud de las personas para ser titulares de derechos y obligaciones.

b) La capacidad de ejercicio para contratar es la aptitud reconocida por la Ley en una persona para celebrar por si misma un contrato. Por regla general, tienen capacidad de ejercicio todas las personas, salvo, los menores de dieciocho años, los incapacitados mentalmente, los sordomudos, los ebrios consuetudinarios y los drogadictos.

El Maestro Ramón Sánchez Medal: "La capacidad de ejercicio para contratar es la aptitud reconocida por la ley en una persona para celebrar por si misma un contrato. Habrá incapacidad para obrar o de ejercicio a propósito de los contratos cuando una persona no pueda celebrar por si misma un contrato, pero esté en aptitud de hacerlo a través de un representante legal".²⁴

²⁴ SANCHEZ MEDAL, Ramón.- Op. Cit, Pág. 39.

La capacidad en materia mercantil se regula en los artículos 3°, 4° y 75 del Código de Comercio. Se reputan en derecho comerciantes: fracción I. Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria o habitual.

Por su parte, el artículo 4° primer párrafo de este mismo ordenamiento señala que las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, hagan alguna operación de comercio, aunque no son en derecho comerciantes, quedan, sin embargo, sujetas por ello a las leyes mercantiles.

Es importante señalar que conforme a las Leyes mercantiles tienen la calidad de comerciante tanto las personas físicas (por su actividad) o bien por haberse constituido bajo cualquiera de las formas que prevén los artículos 1° y 4° de la Ley General de Sociedades Mercantiles, constitución que les otorga la calidad de comerciantes para efectos del derecho.

De todo lo antes señalado, específicamente en lo relativo a la Capacidad jurídica en el contrato de autofinanciamiento, en lo que hace al Consumidor o Cliente, no se requiere capacidad especial alguna, dado que puede ser cualquier persona física o moral que solicite contratar con el Proveedor.

Del contenido de la Ley Federal de Protección al Consumidor, podemos señalar que en el caso del Proveedor sí requiere una capacidad especial, dado que además de la capacidad de goce y ejercicio que le permita obligarse, es necesario que cuente con una aptitud especial o singular para este contrato, debe ser una persona moral comerciante (sociedad mercantil) autorizada por el Estado Mexicano para desempeñar (administrar) actividades de financiamiento.

2.4.2 Ausencia de vicios del consentimiento.

Aunque exista el consentimiento en un contrato, “puede ser deficiente por falta de conocimiento o falta de libertad, esto es, por un vicio que afecte a la inteligencia (error dolo), o por un vicio que afecte la voluntad (violencia), o por un vicio que afecte a una y otra voluntad (violencia) o por un vicio que afecte a una y otra facultad”.²⁵

Miguel Ángel Zamora y Valencia define a los vicios del consentimiento “son aquellas circunstancias particulares que sin suprimirlo lo dañan. Cuando un de los llamados vicios no solo daña el consentimiento, si no que lo suprime, deja de ser un vicio para constituir una falta del consentimiento”.²⁶

²⁵ Ibidem, Pág. 43.

²⁶ ZAMORA Y VALENCIA, MIGUEL ANGEL.- Op.cit. Pág. 38.

Tradicionalmente se han considerado vicios del consentimiento al error, dolo, lesión y violencia.

Error.- para el maestro Rojina Villegas es: "Una creencia contraría a la realidad, es decir, un estado subjetivo que está en desacuerdo con la realidad o con la exactitud que nos aporta el conocimiento científico".²⁷

En el derecho, el error es la manifestación de la voluntad vicia a ésta o al consentimiento por cuanto que el sujeto se obliga partiendo de una creencia falsa, o bien, pretende crear, transmitir, modificar o extinguir derechos y obligaciones.

El Código Civil Federal en su artículo 1812 regula lo referente al error, señalando que el consentimiento no es válido si ha sido dado por error, arrancado por violencia o sorprendido por dolo.

En el Contrato de Autofinanciamiento la Ley protege al consumidor de cualquier error que pudiera tener el bien mueble nuevo, inmueble o servicio contratado al establecer que al momento de otorgar su consentimiento el consumidor debe recibir por parte del proveedor, una copia del contrato suscrito, así como un folleto explicativo del sistema de

²⁷ ROJINA VILLEGAS, Rafael,- **Compendio de Derecho Civil**, Tomo I, Trigésima Sexta edición, Editorial Porrúa, México, 2005, Pág. 139.

comercialización.

Dolo.– Para el maestro Rojina Villegas es: “Todo engaño cometido en la celebración de un acto jurídico”.²⁸ El concepto de dolo se encuentra definido en el artículo 1815 del Código Civil Federal. Se entiende por dolo en los contratos, como cualquier sugestión o artificio que se emplee para inducir a error o mantener en él a alguno de los contratantes.

En términos generales puede decirse también que el dolo es el empleo de cualquier medio ilegal para inducir o provocar el error y así obtener la voluntad de una persona en la formación del contrato.

Lesión.– El Jurista Miguel Zamora y Valencia define a la lesión como: “el perjuicio que sufre una persona de la cual se ha abusado por estar en un estado de suma ignorancia, notoria inexperiencia o extrema miseria, en la celebración de un contrato, consistente en proporcionar al otro contratante un lucro excesivo en relación a lo que el por su parte se obliga”.²⁹

El Artículo 17 del Código Civil Federal da perjudicado la acción de la rescisión del contrato y de ser ésta imposible la reducción equitativa de su

²⁸ ROJINA VILLEGAS, Rafael,- Compendio de Derecho Civil, Op. Cit. Pág. 144.

²⁹ *Ibidem*, Pág. 42.

obligación. Mas el pago de los correspondientes daños y perjuicios. Este derecho dura un año. La lesión únicamente puede darse en los contratos conmutativos y onerosos. Esta figura jurídica no existe en el Derecho mercantil.

***Violencia.**– El Artículo 1819 del Código Civil Federal indica hay violencia cuando se emplea fuerza física o amenazas que importen peligro de perder la Vida, la honra, la lealtad, la salud o una parte considerable de los bienes del contratante, de su cónyuge, de sus ascendientes, de sus descendientes o de sus parientes colaterales dentro del segundo grado.*

Para el maestro Rojina Villegas la violencia: “Puede ser Física o Moral, existe violencia física cuando por medio del dolor, la fuerza física o la privación de la libertad, se coacciona la voluntad a efecto al que se exteriorice en la celebración de un acto jurídico”.³⁰

³⁰ Ibidem, Pág. 147.

2.4.3 Licitud en el objeto, motivo o fin.

La causa del contrato debe ser lícita y posible de suerte que las partes han de perseguir fines protegidos por el ordenamiento jurídico, pero si la causa no es conforme a la ley, a las buenas costumbres y al orden público, el fin de los contratos será ilícito; si las partes persiguen un fin contrario a las normas jurídicas imperativas, el contrato es ilegal, y si esta en pugna con el orden público, el contrato será prohibido.

El motivo o fin del Contrato de Autofinanciamiento siempre será lícito, ya que la ley exige que todo contrato debe ser previamente aprobado por la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

2.5 Características del Contrato de Autofinanciamiento.

Desde el punto de vista doctrinario tradicional, los contratos se clasifican conforme a las obligaciones que generan, en bilaterales y unilaterales.

2.5.1 Bilateral.

“Es contrato bilateral aquel en que resulta obligación para todos los contratantes o en otros términos es bilateral, cuando las partes se obligan recíprocamente”.³¹

³¹ BORJA SORIANO, Manuel.- Teoría de las Obligaciones, Décima Octava edición, Editorial Porrúa, México, 2001, Pág. 113.

Conforme a lo dispuesto por el artículo 1836 del Código Civil Federal, el contrato es bilateral cuando las partes se obligan recíprocamente.

El Contrato de Autofinanciamiento es un contrato bilateral, en virtud de que al momento de su celebración, se generan obligaciones para cada una de las partes que intervienen en el.

El consumidor asume como principal obligación la de aportar periódicamente cierta cantidad de dinero a un fondo común, mientras que la empresa de autofinanciamiento adquiere la obligación de administrar ese fondo y establecer los medios por los cuales los consumidores adquirirán los bienes o servicios pactados en el contrato.

El Contrato de Autofinanciamiento, al tratarse de un contrato bilateral, faculta a cualquiera de las partes, para solicitar el cumplimiento o rescisión del contrato cuando la otra parte incumpla o deje de cumplir con sus obligaciones.

2.5.2 Oneroso.

Desde el punto de vista de los provechos y gravámenes, los contratos se clasifican en onerosos y gratuitos. Artículo 1837. Es contrato oneroso aquel en que se estipulan, provechos y gravámenes recíprocos.

Para el maestro Rafael Rojina Villegas, “es oneroso el contrato que impone provechos y gravámenes recíprocos”.³²

No es exacto, como afirman algunos autores, que todo contrato bilateral sea oneroso y todo contrato unilateral sea gratuito. En el caso específico del contrato de autofinanciamiento, este resulta oneroso, ya que ambas partes adquieren provechos y gravámenes recíprocos.

El consumidor sufre un sacrificio patrimonial (gravamen) cuando realiza el pago de las aportaciones mensuales que integrarán el fondo común, pero a cambio de ese empobrecimiento patrimonial recibirá a cambio, la administración de los medios de adjudicación señalados en el Contrato de Autofinanciamiento, que posteriormente le darán el derecho a recibir el bien o la prestación del servicio que haya pactado.

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

³² ROJINA VILLEGAS, Rafael.- Compendio de Derecho Civil, Tomo IV, Séptima edición, México1986, Pág. 11.

autofinanciamiento, como puede ser la compra de papelería, publicidad, pago de salarios a empleados, adquisición de sistemas de cómputo, entre otros, es decir, su sacrificio patrimonial no estriba en el detrimento de éste por la entrega del bien o servicio contratado, toda vez que estos se adquieren con el propio dinero aportado por los consumidores al fondo común y por ende la empresa administradora no se desprende de ninguna cantidad de dinero que grave su patrimonio, pues, esta cantidad que será entregada en el momento de la adjudicación al proveedor del bien o servicio contratado, será tomada del fondo común que custodia la institución fiduciaria.

2.5.3 Conmutativo.

Esta es una sub-clasificación de los contratos onerosos. Los contratos desde el punto de vista de la certeza de los provechos y gravámenes que generan se clasifican en conmutativos y aleatorios.

“Es conmutativo un contrato, cuando las prestaciones que se deben las partes son ciertas desde que se celebra el mismo, de tal suerte que las partes puedan apreciar inmediatamente el beneficio o la pérdida que les cause éste”.³³

³³ BORJA SORIANO, Manuel.- Op. Cit. Pág. 117

Para poder entender el porqué del Contrato de Autofinanciamiento es un contrato conmutativo, es importante explicar en que consisten y cuales son las prestaciones que se deben ambas partes, pues de estas deriva su diferenciación con los contratos aleatorios.

La prestación a cargo del consumidor consiste en la entrega de una determinada cantidad de dinero por concepto de cuota, así como de los demás pagos pactados en el contrato, como pueden ser: la cuota de inscripción, cuota mensual total, cuota de adjudicación, pago de una prima de seguro, pago de impuestos, etc.

La prestación a cargo del proveedor radica en el hecho de realizar todos los trámites de administración tendientes a la adquisición de los bienes muebles nuevos, inmuebles o servicios contratados. Por lo tanto, el Contrato de Autofinanciamiento es un contrato conmutativo, ya que las prestaciones a cargo de una de las partes se encuentran determinadas, toda vez que el consumidor sabe desde el momento de la firma del contrato que debe pagar de manera periódica determinadas cantidades de dinero por concepto de cuotas, para poder obtener la adjudicación de un bien mueble, inmueble o prestación de un servicio.

En este aspecto es necesario hacer una pausa para señalar que la cantidad por concepto de cuota que aporta el consumidor al momento de

la celebración del contrato, ésta se encuentra determinada, así como los medios, procesos y porcentajes por los cuales ésta se ajustará y en nada afecta el contrato, el hecho de que la cuota tenga variaciones desde la fecha en que se suscribe el contrato, hasta la fecha en que resulta adjudicado el consumidor (en algunos contratos se congela la cuota mensual) o a la fecha de conclusión del contrato, porque una vez asentada la cuota al momento de la celebración del Contrato de Autofinanciamiento, dicha prestación ya se encuentra determinada.

En lo referente a las prestaciones a cargo de la empresa de autofinanciamiento, consistentes en efectuar los trámites y gestiones necesarias para administrar dichos sistemas de comercialización, así como la entrega del bien, se encuentran definidos y determinados, ya que al momento de contratar, el solicitante, sabe cual es el tipo y características del bien mueble, inmueble o servicio que recibirá como contraprestación. De igual forma se sabe que dicho bien o servicio no lo recibirá de inmediato a la firma del contrato, sino una vez que transcurra cierto plazo.

2.5.4 Principal.

“Los contratos principales son aquellos que existen por si mismos”.³⁴
El Contrato de Autofinanciamiento se clasifica como principal, porque tiene

³⁴ ROJINA VILLEGAS, Rafael.- Op. Cit. Pág. 16.

existencia por si mismo, pues para su validez no depende de la existencia de un acuerdo de voluntades anterior. A diferencia de otros contratos como la fianza, prenda o hipoteca, cuya finalidad es crear derechos accesorios de garantía de obligaciones.

2.5.5 Formal.

Clasificar a un contrato como formal es de vital importancia, dado las consecuencias que tiene en cuanto a la validez y nulidad de los contratos.

Al hablar de los contratos formales, el maestro Miguel Ángel Zamora y Valencia señala que “cuando la ley exige una forma determinada y no otra diferente para que se produzcan determinadas consecuencias, pero estas consecuencias se producen también aunque no se satisfaga la forma prevista y sólo se establece la nulidad del contrato por la falta de tal forma, destruyéndose retroactivamente esos efectos cuando se pronuncie por el juez la nulidad, el contrato se clasifica y califica como formal”.³⁵

Conforme a lo anterior, un contrato será formal cuando el consentimiento deba manifestarse por escrito, como un requisito de validez, de tal forma que si no se realiza en estos términos, el contrato se

³⁵ ZAMORA Y VALENCIA, MIGUEL ANGEL.- Op.cit. Pág. 55

verá afectado de nulidad relativa. El Contrato de Autofinanciamiento es un contrato formal, toda vez que el mismo debe hacerse constar por escrito, en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista, así lo señala el artículo 85 II párrafo de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

2.5.6 Consensual.

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

2.5.7 Tracto sucesivo.

El Contrato de Tracto Sucesivo es aquel en que el cumplimiento de

las obligaciones o prestaciones se realiza en un período determinado, es decir, se va cumpliendo de momento a momento.

En el Contrato de Autofinanciamiento, las prestaciones a cargo de cada una de las partes (el pago de las cuotas, los actos de administración y la adjudicación de bienes o servicios) se van cumpliendo momento a momento en períodos determinados, ya que como quedó asentado en la definición del mismo, las aportaciones en dinero que realiza el consumidor al fondo común son periódicas, por ende ambas partes están comprometidas durante la vigencia y duración del contrato mientras sus obligaciones y derechos se continúan ejerciendo de manera paulatina y periódica.

La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, señala que la vigencia del Contrato de Autofinanciamiento, no deberá de exceder de 5 años tratándose de adquisición de bienes muebles nuevos o la prestación de servicios, ni más de 15 años tratándose de bienes inmuebles.

2.5.8 No nominado o atípico.

Desde el punto de vista de la reglamentación que haga o deje de hacer un determinado ordenamiento de los contratos, se clasifican en nominados e innominados o atípicos. Si la Ley no reglamenta un contrato,

aunque sólo señale su concepto o le de un nombre, el contrato será innominado o atípico.

*Por lo tanto, es importante hacer mención que dentro de la legislación mexicana no existe la denominación “**Contrato de Autofinanciamiento**”, como la existe para el contrato de compra venta, arrendamiento, comodato, etc. Sin embargo, es el nombre con el que se le conoce e identifica a los contratos que se celebran con motivo de la comercialización de sistemas de autofinanciamiento, y que a pesar de no tener nombre o concepto definido, su regulación se encuentra dispersa en la (Ley Federal de Protección al Consumidor, NOM-143-SCFI-2000, que sólo hacen referencia en cuanto a sus formalidades y contenido.*

Por lo tanto, el contrato a estudio, se encuentra regulado por la legislación mexicana de manera parcial, resultando con ello un contrato atípico o innominado, toda vez que aún cuando existe reglamentación para estos sistemas, el contrato a través del cual se formaliza, no tiene nombre y concepto definido e incluso en la doctrina se habla poco acerca de el.

2.5.9 De adhesión.

Inicio este apartado aclarando el significado de adhesión. La palabra adhesión proviene del latín adhesio y adhaesus, derivado del verbo adhaerere, que significa estar pegado estrechamente y se emplea para

calificar ciertos contratos que se les denomina contratos de adhesión.

Los contratos de adhesión se encuentran regulados en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su capítulo décimo. El artículo 85 de este ordenamiento 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 un producto o la prestación de un servicio.

Como se puede apreciar, en este tipo de contratos a diferencia de un contrato negociado, este caracteriza por no haber tratos preliminares o discusiones previas entre las partes, sino que una de ellas elabora unilateralmente las condiciones del contrato y a la otra sólo se le deja la posibilidad de aceptar o no firmar el contrato.

Este tipo de contratos generalmente se encuentran asociados a la prestación de servicios indispensables para los consumidores, es por ello que el Estado Mexicano a través de la Ley Federal de Protección Consumidor, ha dispuesto una serie de medidas regulatorias para vigilar que las cláusulas contenidas en dichos contratos no impliquen prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas.

Dichas medidas se encuentran contenidas en el artículo 85, siendo las siguientes:

Para su validez, todo contrato de adhesión deberá ser celebrado en territorio nacional, estar escrito en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista;

Tratándose de sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores, el ordenamiento en comento, señala los contratos de adhesión sujetos a registro deberán contener una cláusula en la que se determine que la Procuraduría será competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos.

Así mismo, el artículo 19 y 86 de la Ley Federal de Protección al Consumidor faculta a la Secretaría de Economía para expedir Normas Oficiales Mexicanas respecto a los términos y condiciones a que deberán ajustarse los modelos de contratos de adhesión que requieran inscripción.

En este orden de ideas, actualmente se encuentra vigente la Norma Oficial Mexicana 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

(Sistemas de Autofinanciamiento), publicada en el Diario Oficial de la Federación, el día 19 de septiembre de 2000, con la cual se deja sin efectos a la Norma Oficial Mexicana NOM-EM-006-SCFI-1999 “Prácticas comerciales sistemas de comercialización consistentes en la integración de grupos de consumidores requisitos de información para los contratos de adhesión.

La Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, en su numeral 3.4 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 comercialización de bienes muebles nuevos, inmuebles o la prestación de servicios, a través de sistemas de autofinanciamiento.

Considero que en estricto rigor jurídico es discutible el carácter “contractual” del acto jurídico que se ha denominado como contrato de Adhesión, considerando que es más cercano a una declaración unilateral de voluntad que solamente es aceptada por el consumidor, razón por la cual algunos tratadistas como Ernesto Gutiérrez y González de denominan guión administrativo.

En virtud de lo antes señalado, se concluye que el Contrato de autofinanciamiento es un acuerdo de voluntades de naturaleza mercantil

que celebran por una parte una persona física o moral a quien se denomina "Consumidor" o Cliente y por la otra una empresa de autofinanciamiento o "Proveedor" que es una persona moral comerciante autorizada por el Estado para desempeñar actividades de financiamiento a través de sistemas de comercialización que determina al Cliente, por virtud del cual el Cliente solicita al proveedor la adquisición de bienes mediante integración de grupos y la aportación periódica de sumas de dinero.

2.6 DESARROLLO PRACTICO

Para tomar la decisión de ingresar a un Autofinanciamiento el cliente tendrá que acudir a un modulo de venta de cualquiera de las Empresas autorizadas para ese efecto.

El vendedor le hará saber en que consiste este sistema y tratará de convencerlo de cual es la mejor opción en meses para contratar.

Antes de optar por un autofinanciamiento debemos saber si podremos responder a este compromiso, pues después de cinco días hábiles de haberse inscrito en el sistema, no se puede cancelar el contrato sin la aplicación de una pena convencional, que regularmente va de una a dos veces el valor promedio de las aportaciones realizadas.

La elección del mejor autofinanciamiento depende de una evaluación correcta de su situación financiera actual y de sus expectativas de ingresos futuros. Sin embargo, es recomendable tener las siguientes consideraciones antes de contratar cualquier plan de autofinanciamiento:

Considerar el monto máximo del que dispone para dar una aportación inicial junto con su capacidad de pago mensual y tratar de encontrar el punto justo. Si se contrata un plazo más largo de lo que su flujo mensual le permite, terminará pagando un monto de intereses mayor al necesario.

Solicitar una cotización en varias agencias y a partir de sus propuestas seleccione los planes que crea sean más convenientes. Leer con detenimiento el contrato de adhesión antes de firmarlo.

Verificar que la empresa con la que se desea contratar tenga registrado su contrato de adhesión ante PROFECO y cuente con la constitución de un fideicomiso para el manejo de las aportaciones que serán pagadas por cada uno de los integrantes del grupo. 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. A continuación, a manera de ejemplo, las

características de dos planes para adquirir un Chevy C2, tres puertas:³⁶

Cuadro comparativo de dos empresas

<i>Empresa</i>	<i>SISTEMA ÚNICO DE AUTOFINANCIAMIENTO. GENERAL MOTORS.</i>	<i>AUTOFINANCIAMIENTO TOTAL.</i>
<i>Aportaciones Mensuales</i>	<i>Existen tres planes: el de 44 meses (Plan S-15) con mensualidades de \$2,736.00; el de 48 meses (Megaplan) con mensualidades de \$2,181.00; y el de 60 meses (Megaplan) con \$2,086.00 de mensualidad.</i>	<i>Existen tres planes: el de 40 meses con mensualidades de \$3,152.90 y una inicial de \$2,644.08; el de 50 meses con mensualidades de \$2,245.88 y una inicial de \$2,754.69; el de 60 meses con mensualidades de \$1,995.15 y una inicial \$2503.97.</i>
<i>Personas por grupo</i>	<i>100</i>	<i>76</i>
<i>Formas de Adjudicación</i>	<i>Subasta, sorteo y puntualidad.</i>	<i>Sorteo, subastas, puntaje, directa</i>
<i>Tiempo máximo de entrega una vez adjudicado</i>	<i>De 15 a 20 días una vez cubiertos los requisitos.</i>	<i>25 días posteriores al cumplimiento de los requisitos.</i>
<i>Garantías requeridas</i>	<i>Cuota de inscripción, gastos de investigación en buró de crédito y un aval al momento de la adjudicación que posea un bien inmueble libre de gravamen.</i>	<i>Comprobante de ingresos y un aval que sea propietario de un bien inmueble libre de gravamen, debiendo entregar copias de las escrituras.</i>
<i>Tasa de interés o incrementos</i>	<i>Ningún otro.</i>	<i>El monto de la mensualidad se congela en el momento de la adjudicación aplicándole un factor de actualización del 3 % sobre el monto de la mensualidad congelada en la forma de adjudicación por sorteo, y de 2% por subasta y puntualidad</i>

³⁶ www.autofin.com.mx

CAPITULO TERCERO.

FUNCIONAMIENTO DEL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO E INTEGRACIÓN DE GRUPOS.

3.1 La conformación de grupos.

El autofinanciamiento es un sistema de Comercialización integrado por grupos de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por una empresa de Financiamiento destinadas a la adquisición de bienes o servicios determinados o determinables.

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

Los Sistemas de Autofinanciamiento deben integrarse con grupos cerrados de un máximo de 180 consumidores, cuando se trate de bienes muebles y de servicios no inmobiliarios, ó de 600 para el caso de bienes inmuebles y servicios inmobiliarios.

Los grupos quedan constituidos una vez que la empresa proveedora ha admitido a los solicitantes como integrantes.

Antes de ingresar a un grupo, los consumidores son sujetos a un estudio de crédito por parte de la empresa, quien tiene un plazo de 15 días contados a partir de la firma del Contrato, para hacer saber al solicitante que ha sido o no admitido, en cuyo caso la empresa deberá devolver la cuota de inscripción, así como la primera cuota mensual, que el consumidor haya pagado al momento de firmar el Contrato de adhesión. Si la empresa no da contestación al consumidor en el término antes citado, se entenderá que fue aceptado.

Una vez aceptado, el consumidor es integrado a un grupo formado por consumidores con la misma finalidad de adquirir determinados bienes o servicios de características semejantes, asignándoles a cada uno de ellos un número de integrante. Posteriormente, se le deberá notificar el lugar, fecha y hora en que tendrá verificativo el primer acto de adjudicación, término que no excederá de 60 días naturales para el caso de bienes muebles o servicios no inmobiliarios, ni más de 120 días naturales tratándose de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, contados a partir de la fecha en que fue firmado el Contrato de Autofinanciamiento.

En el supuesto de que la empresa de Autofinanciamiento no cumpla

con la obligación anteriormente citada, devolverá al consumidor dentro del término de los 30 días siguientes, el dinero que éste hubiere erogado más una cantidad cuyo porcentaje depende de cada empresa, por concepto de pena convencional.

La Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000, en su punto 4.3 señala que tratándose de la adquisición de bienes muebles nuevos o la prestación de servicios no inmobiliarios, el plazo de vigencia de estos Sistemas de Autofinanciamiento no podrá exceder de 5 años, y tratándose de bienes inmuebles o de servicios inmobiliarios, el plazo no debe exceder de 15 años.

El consumidor, una vez firmado el Contrato, contará con un plazo de 10 días para formular por escrito a la empresa, cualquier pregunta tendiente a resolver las dudas que tenga respecto del funcionamiento del Sistema de Autofinanciamiento que contrató, contestación que será en los mismos términos otorgados a la empresa de autofinanciamiento.

La importancia y propósito de la creación de grupos de consumidores, radica en el hecho de formar un fondo común con las aportaciones periódicas que éstos realizan, el cual servirá para la adquisición del bien o servicio objeto del autofinanciamiento, por lo que el cabal funcionamiento de este sistema de comercialización depende de que

cada uno de los integrantes del grupo, realice puntualmente el pago de su aportación periódica, pues si en el fondo común existe una fuerte cantidad de dinero, será más factible que se realice más de una adjudicación en cada acto programado.

Al respecto la NOM-143-SCFI-2000, en su punto 6.3.3 señala que en cada acto de adjudicación, el proveedor debe adjudicar, cuando menos un bien o servicio objeto del sistema de Autofinanciamiento. Dicha adjudicación mínima debe realizarse por procedimientos distintos a la adjudicación directa y subasta.

Cuando los recursos del grupo no sean suficientes, el proveedor debe aportar el capital necesario para realizar la adjudicación mínima y esa cantidad le será restituida a valor presente, de las cuotas periódicas totales que paguen los consumidores en el período siguiente siempre y cuando existan recursos suficientes una vez que se realice la adjudicación mínima correspondiente.

3.2 Obligaciones de los contratantes.

El Contrato de Autofinanciamiento es bilateral ya que se generan diversas obligaciones a cargo de cada una de las partes que intervienen en el Acuerdo.

De acuerdo con la Dirección General de Contratos de Adhesión Registros y Autofinanciamiento de Profeco, y con base en el Reglamento de de Sistemas de de Comercialización Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores, tanto los consumidores como los proveedores tienen, derechos y obligaciones.³⁷

3.2.1 Obligaciones del proveedor.

1.- Tener celebrado un Contrato de fideicomiso de administración con una institución de crédito para garantizar el cumplimiento del Contrato de Autofinanciamiento;

2.- Expedir recibo oficial del pago realizado por el consumidor de la cuota de inscripción y de la primera cuota mensual;

3.- No cargar al fondo del grupo los costos de cobranza extrajudicial o judicial;

4.- No cobrar penalización al consumidor que salga del grupo por causas imputables al proveedor;

5.- Pagar intereses moratorios al consumidor cuando no devuelva el monto de los pagos realizados, dentro de los plazos previstos para cada caso referente a rescisión o cancelación por causa imputable al mismo proveedor;

6.- Observar el mismo procedimiento en eventos de adjudicación;

³⁷ Revista de la Procuraduría Federal del Consumidor, México, Número 370, Diciembre 2007, Pág. 26.

7.- Celebrar eventos de adjudicación en la periodicidad pactada y en presencia de fedatario público;

8.- Contrata por cuenta y a nombre del consumidor, un seguro de vida e incapacidad total permanente, a partir de la fecha del primer acto de adjudicación;

9.- Si al momento de liquidar un grupo de consumidores existe remanente en dinero, deberá distribuirlo entre los adjudicatarios;

10.- Notificar a consumidores en el domicilio señalado por éste el escrito de adjudicación, así como difundir en un periódico de circulación nacional, dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha de adjudicación;

11.- Poner a disposición del consumidor en los puntos de venta y en su página electrónica, el manual del consumidor y entregar un resumen del mismo y un ejemplar del contrato;

12.- Señalar domicilio, teléfono y horario de atención al público para contestar en un plazo máximo de 10 días hábiles cualquier consulta sobre el contrato de adhesión o viabilidad del sistema, así como contratar terceros especialistas o auditores externos autorizados por la Secretaría de Economía para revisar el funcionamiento del sistema;

13.- Proporcionar a la Secretaría de Economía, a la Procuraduría Federal del Consumidor y al tercero especialista o auditor externo la información de los grupos que le requieran.

3.2.2 Obligaciones del consumidor.

1.- Aportar periódicamente una suma de dinero;

2-El pago de las cuotas periódicas totales, mismas que debe pagar durante la vigencia del Contrato de adhesión y que resulta de sumar el importe de los siguientes conceptos:

a) aportación periódica, dinero que debe pagar el consumidor a cuenta del precio del bien o servicio contratado;

b) cuota de administración, dinero que el consumidor paga por los actos a cargo del proveedor como son: organización, administración y consecución de los fines del Sistema de Autofinanciamiento;

c) costo del seguro de vida e incapacidad permanente total, monto que debe pagar el consumidor para cubrir la prima de seguro por este concepto, mismo que es contratado por el proveedor a nombre del consumidor;

3.- Contratar un seguro de vida, incapacidad permanente total e invalidez, con alguna de las aseguradoras que ofrezca el proveedor.

3.2.3 Derechos del Consumidor.

1.- Derecho de cancelar sin responsabilidad alguna, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la firma del contrato, siempre y cuando no haya participado en un evento de adjudicación, fuera de este plazo se

impone pena máxima de tres aportaciones periódicas;

2.- Derecho de opción de exigir el cumplimiento forzoso o la rescisión del contrato en caso de incumplimiento a cargo de del proveedor, al cual se le impone una pena no mayor a tres aportaciones periódicas;

3.- Derecho de participar en la primera reunión de adjudicación de su grupo dentro de los 120 días naturales siguientes a la firma del contrato;

4.- Asistir a los eventos de adjudicación sin cumplir con requisito alguno.

3.3 Medios de adjudicación.

La finalidad de los Sistemas de Comercialización llamados Sistemas de Autofinanciamiento, es la de adquirir bienes muebles, inmuebles o servicios, a través de los medios de adjudicación debidamente señalados en el Contrato de adhesión.

La adjudicación es aquel acto periódico mediante el cual la Empresa determina a cual o cuales integrantes del grupo corresponde el derecho de recibir el bien o servicio contratado, mediante la aplicación de alguno de los procedimientos previstos en el Contrato siempre que se encuentren al corriente en el pago de sus cuotas periódicas totales.

Los Norma Oficial Mexicana 143, prevé diversos procedimientos de adjudicación: adjudicación directa; antigüedad o permanencia; puntuación o porcentaje; sorteo y; subasta.

3.3.1 Adjudicación directa

Es el procedimiento por el que se hace efectivo el derecho del beneficiario de un integrante del grupo para recibir el bien o servicio contratado, cuando el consumidor, durante la vigencia del Contrato de adhesión, sufre de incapacidad permanente total o fallece.

3.3.2 Antigüedad o permanencia.

Es el procedimiento para adjudicar al consumidor el bien o servicio contratado, tomando en cuenta la fecha en que contrató el Sistema de Autofinanciamiento.

3.3.3 Puntuación o puntaje.

Es el procedimiento para adjudicar al consumidor el bien o servicio contratado, considerando el número de cuotas periódicas totales o parciales pagadas por él, así como las fechas en que se realizaron estos pagos.

3.3.4 Sorteo.

Es el procedimiento para obtener un resultado aleatorio o casual, mediante el cual se determina el orden secuencial que servirá para señalar los turnos de disposición de las adjudicaciones de los grupos y, de ser el caso, dilucidar situaciones de empate.

3.3.5 Subasta.

Es el procedimiento para adjudicar un bien o servicio al integrante que ofrezca, en su grupo, el pago adelantado del mayor número de cuotas periódicas totales menos el importe correspondiente al seguro de vida e incapacidad permanente total.

Los medios de adjudicación mencionados no son los únicos procedimientos por los cuales se puede adquirir los bienes y servicios objeto del Autofinanciamiento, ya que la citada Norma Oficial Mexicana permite que la empresa administradora establezca otros procedimientos de adjudicación distintos a los anteriormente citados, siempre que lo haga saber a la Procuraduría Federal del Consumidor, al momento de solicitar el registro del Contrato de adhesión.

En la práctica existen diferentes procedimientos de adjudicación, pero lo importante es que al momento de contratar un Sistema de

Autofinanciamiento, se verifique si dichos procedimientos, se encuentran aprobados por la Procuraduría.

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

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

El día y la hora señalada para la reunión de adjudicación se procederá a sacar de una tómbola los números que les corresponden a cada uno de los integrantes de grupo que cubrieron puntualmente su cuota periódica total, resultando adjudicados los consumidores cuyos números salieron sorteados, respetando siempre el orden secuencial. Cuando el consumidor resulta adjudicado conjuntamente por sorteo y otro procedimiento, será adjudicado por el mecanismo de sorteo.

En lo referente al procedimiento de subasta, cualquiera de los integrantes del grupo que tengan derecho a participar en el evento de adjudicación podrá ofrecer cubrir por adelantado varias cuotas periódicas

totales. Dicho ofrecimiento deberá realizarse por escrito en las boletas indicadas y proporcionadas para tal caso por la empresa.

Las boletas deberán ser presentadas en la empresa de Autofinanciamiento, con los días de anticipación requeridos para tal caso en el Contrato de Autofinanciamiento. Por lo tanto, la oferta o propuesta de pagar por anticipado determinadas cuotas periódicas totales, no se realiza en la reunión, sino que se efectúa con varios días de anticipación.

Cuando en el fondo común se tengan recursos suficientes, una vez que se hayan adjudicado un bien o servicio por sorteo o subasta, podrá hacerse una adjudicación adicional, ya sea por medio de los procedimientos de antigüedad, puntaje o sorteo, respetando y apegándose a los lineamientos señalados en el Contrato de adhesión y a la Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000.

3.4 Formas de entrega del bien.

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

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

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

3.4.1 Plazo.

Una vez que el adjudicatario aceptó recibir el bien o servicio contratado, la empresa contará con un término de 25 días naturales para entregarlo, término que comienza a correr a partir del día en que el consumidor cumplió con los requisitos que para tal efecto se pactaron en el Contrato.

Los requisitos que debe cumplir el adjudicado son los siguientes:

1.- Actualizar los datos que proporcionó al firmar el Contrato;

2.- *Constituir una garantía (fianza, hipoteca, prenda, aval, etc.) o bien actualizarla si ya la había constituido;*

3.- *Entregar la documentación necesaria para comprobar su identidad, residencia e ingreso económico;*

4.- *Haber pasado el estudio de crédito que realice la empresa;*

5.- *En el caso de personas morales, proporcionar la documentación que acredite su constitución, duración, domicilio social y fiscal, la representación legal de su apoderado y demás documentos que permitan determinar la solidez financiera de la sociedad;*

6.- *Cubrir los pagos por adjudicación, como son: la nueva cuota periódica total actualizada; la diferencia que en su caso pudiera existir a cargo del integrante del grupo, por la actualización de los conceptos desglosados en su cuota total mensual o bien por recargos de mora;*

7.- *El porcentaje pactado en el Contrato, por concepto de derechos de adjudicación;*

8.- *En el caso de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios, deberá pagar los gastos de escrituración ante Notario Público y los impuestos correspondientes;*

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

a) *Rescindir el Contrato mediante escrito dirigido a la empresa, obligándose esta a devolverle dentro de los 10 días naturales siguientes a*

la notificación, el valor presente del total de los pagos realizados por el consumidor, incluida la cuota de inscripción si la hubiere, más la pena convencional consistente en tres aportaciones periódicas.

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

En este caso, el adjudicatario puede solicitar a la empresa que adquiera el bien o servicio contratado con otros distribuidores que lo tenga posible. De obtener algún descuento en esta transacción, de manera que el importe a pagar sea inferior al precio actualizado del bien o del servicio contratado, la empresa aplicará la diferencia al pago de las cuotas periódicas totales que adeude el adjudicado.

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

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

3.4.2 Caso fortuito.

“La teoría general para la responsabilidad civil compensatoria y moratoria, y para la especial que resulte de la pérdida o del demérito en la conservación de la cosa, tiene una excepción fundamental que se refiere al incumplimiento por caso fortuito o fuerza mayor”.³⁸

“Por caso fortuito se entiende el acontecimiento natural inevitable, previsible o imprevisible, que impide en forma absoluta el cumplimiento de la obligación. Se trata, por consiguiente, de hechos naturales inevitables que pueden ser previstos o no por el deudor, pero a pesar de que los haya previsto, no los puede evitar, y que impiden en forma absoluta el cumplimiento de la deuda, es decir, constituyen una imposibilidad física insuperable”.³⁹

“En cuanto a la fuerza mayor, entendemos el hecho del hombre, previsible o imprevisible, pero inevitable, que impide también en forma absoluta el cumplimiento de la obligación. La guerra, la huelga en ciertos casos, cuando no es imputable al patrón, constituyen casos de fuerza mayor”.⁴⁰

³⁸ ROJINA VILLEGAS, Rafael.- **Compendio de Derecho Civil Mexicano**, Tomo V, Volumen II Novena edición, Editorial Porrúa, México 1999, Pág. 359.

³⁹ ROJINA VILLEGAS, Rafael.- Op. Cit, Pág. 360.

⁴⁰ Ibidem, Pág. 361.

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

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

3.4.3 Garantías.

Como ya se hizo mención en este capítulo, el integrante adjudicado debe constituir una garantía a favor de la empresa de Autofinanciamiento a fin de garantizar el cumplimiento de sus obligaciones y en especial el pago de sus cuotas periódicas totales, la cual puede consistir en:

*a) **Prenda:** que de conformidad con el artículo 2856 del Código Civil Federal, es el derecho real constituido sobre un bien mueble enajenable*

para garantizar el cumplimiento de una obligación y su preferencia en el pago.

b) Fianza: De acuerdo al artículo 2794 del Código Civil Federal, Es un contrato en virtud del cual una persona llamada fiador se obliga a pagar al acreedor si el deudor de la obligación no lo hace.

c) Aval: El maestro Dávalos Mejía la define como la “obligación personal, accesoria y de naturaleza puramente cambiaria que un tercero ajeno al título, o alguno de sus propios signatarios, presta directa y de manera exclusiva a favor de alguno de estos, destinada a garantizarle al beneficiario que parte o la totalidad de su valor literal será pagado, para lo cual el que lo presta compromete, incluso, la totalidad de su patrimonio”.⁴¹

d) Hipoteca: Conforme al artículo 2893 del Código Civil Federal, es el Contrato por virtud del cual se constituye un derecho real sobre bienes enajenables que no se entregan al acreedor, y que da derecho a éste, en caso de incumplimiento de la obligación garantizada, a ser pagado con el valor de los bienes. En el grado de preferencia establecido por la ley.

Las garantías de prenda, fianza o aval, generalmente se otorgan

⁴¹ DÁVALOS MEJÍA, Carlos Felipe.- Títulos y Contratos de Crédito, Quiebras 1, Editorial Oxford University Press, México, 2008, Pág. 91.

cuando se tratan de bienes muebles o servicios, en tanto que la hipoteca, garantía fiduciaria o fianza, se entregan tratándose de bienes inmuebles o servicios inmobiliarios.

3.5 Causas o motivos de terminación.

De acuerdo a la Norma Oficial Mexicana 143-SCFI-2000, el Contrato de Adhesión mediante el cual se formaliza el Sistema de Autofinanciamiento, puede darse por terminado por causa natural, rescisión y cancelación.

3.5.1 Revocación o cancelación.

De acuerdo al artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor señala que el contrato se perfecciona a los 5 días hábiles siguientes a la entrega del bien o de la firma del contrato. Durante este lapso el consumidor podrá revocar o cancelar sin responsabilidad alguna. La revocación deberá hacerse mediante aviso o la entrega del bien en forma personal, por correo registrado o por otro medio fehaciente. La revocación hecha conforme a lo antes señalado deja sin efecto la operación, En este caso la empresa deberá devolver, el importe integro de los pagos realizados a la fecha.

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

3.5.2 Rescisión.

La empresa podrá rescindir el Contrato de Adhesión por falta de pago de dos o más cuotas periódicas totales en su conjunto, por parte del consumidor. En este caso, la empresa devolverá, en un plazo máximo de 60 días naturales siguientes a la notificación, el monto total de las aportaciones periódicas pagadas por el consumidor, menos la cantidad que se hubiere fijado como pena convencional.

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

En el caso de que los consumidores (integrantes o adjudicados), se constituyan en mora, cubrirán a favor de la empresa, cuando así se pacte

en el Contrato, los intereses que sobre las cuotas periódicas totales atrasadas se generen.

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

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

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

3.5.3 Cesión de derechos.

Habrá cesión de derechos cuando el acreedor transfiera a otro lo que tenga contra su deudor. El consumidor puede ceder los derechos y obligaciones derivados del Contrato de adhesión previa autorización, que por escrito, haga a la empresa de Autofinanciamiento.

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

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

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

3.5.4 Por llegar el plazo a su término y/o cumplimiento del Contrato.

La relación contractual entre ambas partes concluye, cuando

habiendo transcurrido el plazo señalado en el Contrato de Autofinanciamiento, el consumidor ha cubierto el total del valor del bien o servicio contratado, así como sus demás cuotas adicionales. El plazo máximo de operación de los sistemas de comercialización no podrá ser mayor a cinco años (para bienes muebles) ni de quince para bienes inmuebles, atento al artículo 63 de la Ley de Protección al Consumidor.

De lo antes anotado se advierte la importancia económica del contrato de autofinanciamiento y su enorme utilidad práctica que permite a través de la conformación de grupos, adquirir bienes y/o servicios conjuntando recursos, dado que no siempre es factible su compra de contado. Gracias a la unión del capital de distintas personas se logra conformar un grupo de consumidores que opera en beneficio común.

CAPITULO CUARTO.
LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR Y SU FUNCIÓN
EN EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

4.1 Origen.

“El 26 de septiembre de 1975, el entonces Presidente de la República, Licenciado Luis Echeverría Álvarez sometía a la consideración del Congreso de la Unión una iniciativa de Ley que, tomando en cuenta los arduos trabajos del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario y de la entonces Secretaría de Industria y Comercio, cuyo titular era el Licenciado José Campillo Sainz, proponía la creación de un nuevo ordenamiento jurídico en el marco del derecho social. De esta forma, una vez aprobada por el Poder Legislativo, el 22 de diciembre del 1975, se publicó la primera Ley Federal de Protección al Consumidor misma que entró en vigor el 5 de febrero de 1976, fecha en que coincidía con el LIX Aniversario de la promulgación de nuestra Constitución Política”.⁴²

Con este nuevo ordenamiento habría de nacer una nueva labor institucional en beneficio de la población consumidora que significaría también el surgimiento de las instancias administrativas necesarias para la aplicación de la normatividad de reciente aplicación.

⁴² INAP, **“Procuraduría Federal del Consumidor”** por Roberto Campa Cifrián, Revista Número 97, México, 1998, México, Pág. 95

En efecto, dicha Ley creó dos organismos: “la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor como organismos descentralizados con personalidad y patrimonios propios”.⁴³

Desde su promulgación, dicha Ley ha sufrido diversas reformas y adiciones entre las más importantes se encuentran: la del 7 de febrero de 1985, mediante la cual se regula la competencia, naturaleza jurídica y atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco).

En 1992, es publicada la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual establecía, entre otras modificaciones sustantivas, las tendientes a mejorar la eficacia y eficiencia de los mecanismos de atención y defensa de los derechos de los consumidores, siendo la más importante la fusión de los dos organismos existentes.

De esta forma, a partir de ese año, desapareció el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del Consumidor asumió plenamente la importante encomienda de unificar y mejorar los mecanismos de prevención y sanción, logrando así fortalecer la congruencia en la toma de decisiones y su ejecución, integrando además funciones como el trámite y conciliación de quejas y denuncias, la emisión de resoluciones administrativas, el registro de contratos de adhesión y la

⁴³ INAP, **“Procuraduría Federal del Consumidor”** por Roberto Campa Cifrián, Op. Cit. Pág. 96.

protección técnico jurídica a los consumidores.

La última modificación a la Ley Federal de Protección al Consumidor, tuvo lugar mediante decreto de fecha 4 de febrero de 2004, publicado en el Diario Oficial de la Federación, mediante el cual se reformaron diversos artículos de dicho ordenamiento. Esta reforma se retomará más adelante en el punto 4.8.

4.2 Naturaleza Jurídica.

De conformidad con el artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Procuraduría es “un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio. Tiene funciones de autoridad administrativa y esta 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”.⁴⁴ Siendo la Procuraduría Federal de Consumidor, un organismo público descentralizado, se encuentra subordinado jerárquicamente al Poder Ejecutivo, es decir, el Procurador es nombrado por el Presidente de la República.

⁴⁴ www.Profeco.gob.mx/html/jurídico.

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

El maestro Rafael Martínez Morales, en su libro de Derecho Administrativo señala que este tipo de organismos se caracterizan por: “Ser creados por una Ley del Congreso o por decreto del Presidente de la República, el orden jurídico les reconoce una personalidad jurídica propia, distinta de la del Estado, como consecuencia de lo anterior, dichos organismos cuentan con patrimonio propio y gozan de la autonomía jerárquica con respecto al órgano central, esto es, les distingue el hecho de contar con un órgano de control interno”.⁴⁵

4.3 Organización.

Para el despacho de los asuntos encomendados, la Procuraduría se organiza de manera desconcentrada con oficinas centrales, delegaciones, subdelegaciones y demás unidades administrativas que estime convenientes.

⁴⁵ MARTÍNEZ MORALES, Rafael.- **Derecho Administrativo**, Primera Edición, Editorial Oxford University, México, 2005, Pág. 128.

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

- I.- Oficina del Procurador;*
- II.- Subprocuraduría de Servicios;*
- III.- Subprocuraduría de Verificación;*
- IV.- Subprocuraduría Jurídica;*
- V.- Coordinación General de Planeación;*
- VI.- Coordinación General de Educación y Divulgación;*
- VII.- Coordinación General de Administración;*
- VIII.- Dirección General de Comunicación Social;*
- IX.- Dirección General de Delegaciones;*
- X.- Dirección General de Quejas y Conciliación;*
- XI.- Dirección General de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento;*
- XII.- Dirección General de Procedimientos;*
- XIII.- Dirección General de Verificación y Vigilancia;*
- XIV.- Dirección General de Verificación de Combustibles*
- XV.- Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor;*
- XVI.- Dirección General Jurídica Consultiva;*
- XVII.- Dirección General de lo Contencioso y de Recursos;*
- XVIII.- Dirección General de Estudios sobre Consumo;*
- XIX.- Dirección General de Planeación y Evaluación;*
- XX.- Dirección General de Difusión;*
- XXI.- Dirección General de Educación y Organización de Consumidores;*
- XXII.- Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto;*
- XXIII.- Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales;*
- XXIV.- Dirección General de Recursos Humanos;*
- XXV.- Dirección General de Informática, y*

XXVI.– Delegaciones y Subdelegaciones.

Al frente de cada una de las referidas unidades administrativas existirá un titular, que será nombrado Subprocurador, Coordinador General, Director General, Delegado o Subdelegado, según corresponda y tendrá las facultades que determinen este Reglamento y el Estatuto Orgánico.

4.4 Patrimonio.

El patrimonio de la Profeco se integra con los bienes con que cuenta, los recursos que directamente le asigne el decreto de presupuesto de egresos de la Federación correspondiente, los recursos que le aporten las dependencias y entidades de la administración pública federal.

4.5 Atribuciones.

La Ley Federal de Protección al Consumidor dentro de su artículo 24 establece que la Profeco tiene a su cargo las siguientes atribuciones:

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

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

procedan;

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

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

V.- Formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de las materias que se refiere esta Ley;

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

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

VII.- Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en las materias a que se refiere esta Ley y prestar asesoría a consumidores y proveedores;

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

IX bis.- Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previstos por esta Ley respecto de las

transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología;

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

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

XII.- Celebrar convenios y acuerdos de colaboración con autoridades federales, estatales, municipales, del gobierno del Distrito Federal y entidades paraestatales en beneficio de los consumidores; así como acuerdos institucionales con otros países, de conformidad con las leyes respectivas;

XII.- Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas fijados, establecidos ó registrados por la autoridad competente y coordinarse con otras autoridades legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez evitar duplicación de funciones;

XIII.- Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta Ley, en el ámbito de su competencia, las de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, así como de las normas oficiales mexicanas y demás disposiciones aplicables, y en su caso determinar los criterios para la verificación de su cumplimiento;

XIV.- Verificar que las pesas, medidas y los instrumentos de medición que se utilicen en transacciones comerciales, industriales o de

servicios sean adecuados y, en su caso, realizar el ajuste de los instrumentos de medición en términos de lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización;

XIV bis.- Registrar los Contratos de Adhesión que lo requieran, cuando cumplan la normatividad aplicable, y organizar y llevar el Registro Público de contratos de adhesión;

XV.- Procurar la solución de las diferencias entre consumidores y proveedores y en su caso, emitir dictámenes en donde se verifiquen las obligaciones contractuales del proveedor conforme a los procedimientos establecidos en esta Ley;

XVI.- Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos y que sean de su conocimiento y, ante las autoridades competentes, los actos que constituyan violaciones administrativas afecten los intereses de los consumidores;

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

XVIII.- Aplicar las sanciones y demás medidas establecidas en esta Ley, en la Ley Federal Sobre Metrología y Normalización y demás ordenamientos aplicables;

XIX.- Requerir a los proveedores o a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores y cuando lo considere pertinente publicar dicho requerimiento;

XX.- Ordenar se informe a los consumidores sobre las acciones u omisiones de los proveedores que afecten sus intereses o derechos así como la forma en que los proveedores los retribuirán o compensarán;

XX Bis. En el caso de que en ejercicio de sus atribuciones identifique aumentos de precios, restricciones en la cantidad ofrecida o divisiones de mercados de bienes o servicios derivados de posibles prácticas monopólicas en términos de lo dispuesto por la Ley Federal de Competencia Económica, la Procuraduría, en representación de los consumidores, podrá presentar ante la Comisión Federal de Competencia la denuncia que corresponda;

XXI. Ordenar se informe a los consumidores sobre las acciones u omisiones de los proveedores que afecten sus intereses o derechos, así como la forma en que los proveedores los retribuirán o compensarán;

XXII.- Coadyuvar con las autoridades competentes para salvaguardar los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y

XXIII.- Las demás que le confieran esta ley y otros ordenamientos.

4.6 Facultades conciliatorias.

Una de las más importantes funciones de la Procuraduría consiste en facilitar el acceso del público consumidor a la justicia, proporcionándole una instancia administrativa adecuada que le permita dirimir sus controversias.

Es por ello que cuando un consumidor o un grupo de consumidores consideren violados sus derechos o que se ha incumplido alguna de las obligaciones pactadas en el Contrato de Autofinanciamiento, puede acudir ante la Profeco para exponer su queja o denuncia.

“En ejercicio de su facultad conciliatoria, la Procuraduría busca avenir los intereses de las partes para lograr una adecuada y equitativa satisfacción de las reclamaciones del consumidor, al margen de las formalidades judiciales”.⁴⁶

“El procedimiento conciliatorio es un ejercicio que se desarrolla dentro de un escenario en el cual la propia autoridad aporta los elementos técnicos y jurídicos que requiere el consumidor a efecto de que las partes estén en posibilidades de llegar a un acuerdo en auténticas condiciones de igualdad. Lo anterior, en virtud de que se presume la natural ventaja del proveedor, el consumidor en cambio, se haya aislado y es un litigante meramente ocasional, no habitual, y naturalmente renuente a un enfrentamiento con un poderoso adversario”.⁴⁷

⁴⁶ Citado en **“Procuraduría Federal del Consumidor” por Roberto Campa Cifrián**, MEDINA LIMA, Ignacio.- **Breve Antología Procesal**, Segunda Edición, México, UNAM, 1986, Pág. 286.

⁴⁷ Citado en **“Procuraduría Federal del Consumidor” por Roberto Campa Cifrián**, CAPELLETI, Mauro.- **Dimensiones de la Justicia en el Mundo Contemporáneo**, Editorial Porrúa, México, 1993, Pág. 123.

El procedimiento conciliatorio inicia con la reclamación que hace el consumidor y puede hacerse en forma escrita, oral o por cualquier otro medio idóneo (teléfono, fax e Internet). Las reclamaciones que presenten los consumidores, deberán contener: nombre y domicilio del reclamante; descripción del bien o servicio al que se refiera la reclamación; nombre y domicilio del proveedor; la pretensión o reclamación específica que tenga contra el proveedor.

La reclamación puede ser presentada ante cualquiera de las delegaciones de la Procuraduría siguientes: la del lugar en que se haya originado el hecho motivo de la reclamación; la del domicilio del consumidor y/o la del domicilio del proveedor.

La presentación de la reclamación interrumpe el término para la prescripción de las acciones que el consumidor puede ejercer contra el proveedor ante los tribunales, durante el tiempo que dure el procedimiento conciliatorio.

La Procuraduría debe resolver si admite a trámite la reclamación o si la desecha de plano, cuando la considere “notoriamente improcedente”. Admitida la reclamación, la Procuraduría debe señalar día y hora para la celebración de la audiencia de conciliación, que es el momento

fundamental del procedimiento conciliatorio.

Como una formalidad a lo que establece la Ley Federal del Consumidor el artículo 111 señala que entre la fecha de notificación y la audiencia de conciliación deben mediar, cuando menos 4 días. Con la finalidad de que el proveedor pueda rendir su informe relacionado con los hechos y comparecer a la audiencia de conciliación.

La conciliación se puede llevar a cabo no sólo por audiencia, sino por comunicación telefónica o cualquier otro medio idóneo. Si el proveedor no presenta el informe escrito relacionado con los hechos expuestos en la reclamación en la audiencia de conciliación o no comparece ante la Procuraduría el día y la hora señalado para la celebración de la audiencia, se le impondrá medida de apremio.

En este supuesto, la Procuraduría deberá citar a una segunda audiencia, en un plazo no mayor de 10 días, en caso de no asistir se le impondrá una nueva medida de apremio y se tendrá por presuntamente cierto lo manifestado por el reclamante.

Se trata entonces de una presunción legal relativa que admite prueba en contrario y que podrá ser utilizada en juicios y procedimientos que se sigan ante tribunales competentes.

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

Si el consumidor y el proveedor comparecen a la audiencia, ésta se debe llevar a cabo bajo la dirección del Conciliador de la Procuraduría, quien deberá exponer a las partes, en primer término, un resumen de la reclamación del consumidor y del informe presentado por el proveedor.

En este resumen el Conciliador debe poner de manifiesto a las partes cuáles son los puntos en los que existe acuerdo entre ellas y, sobre todo, los puntos de divergencia y convergencia.

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

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

El Conciliador podrá suspender, cuando lo estime pertinente o a instancia de ambas partes, la audiencia de Conciliación hasta en dos ocasiones. En caso de que se suspenda la audiencia, el conciliador señalará día y hora para su reanudación, dentro de los 15 días siguientes.

La función primordial del Conciliador consiste en proponer a las partes una o varias opciones de solución, las cuales deben tener como premisas esenciales el respeto a los derechos y obligaciones que se deriven de la Ley y del acto de consumo. Para la sustanciación del procedimiento de conciliación se aplicará supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles.

4.6.1 Terminación del procedimiento conciliatorio.

a) Mediante la celebración de un convenio conciliatorio entre consumidor y proveedor, el cual, si es aprobado por la Procuraduría, tendrá autoridad de cosa juzgada, por lo que podrá ser objeto de ejecución procesal, como si se tratará de una sentencia firme.

b) Con la conclusión del procedimiento sin que las partes lleguen a la conciliación, supuesto en el cual el conciliador debe invitar a las partes a que sometan sus diferencias al arbitraje y a que designen como arbitro a la Procuraduría o algún árbitro oficialmente reconocido.

Si las partes, en ejercicio de su libertad, pueden someter el conflicto

al arbitraje y designar un árbitro que no esté oficialmente reconocido. En caso de que las partes no estén de acuerdo en someter sus diferencias al arbitraje, el Conciliador debe dictar una resolución en la que pongan fin al procedimiento conciliatorio y deje a salvo sus derechos, las cuales podrán demandarlos ante las autoridades judiciales competentes.

4.7 Facultades Arbitrales.

La Procuraduría podrá actuar como árbitro cuando los interesados así la designen y sin necesidad de reclamación o procedimiento conciliatorio previo. Y fungirá como árbitro siempre que el monto de lo reclamado no exceda de \$397,754.11.

Cuando las partes en conflicto no llegan a un acuerdo, es decir, no logran conciliar sus intereses voluntariamente, solicitarán a la Profeco su arbitraje, por considerar que sus diferencias no pueden ser materia de algún arreglo, o de plano cuando el proveedor no quiere dar una respuesta favorable para solucionar el problema, entonces puede intervenir la Procuraduría, siempre y cuando sea a petición de las partes, tanto de la consumidora como de la proveedora.

Por lo tanto, para que la Procuraduría pueda intervenir como árbitro en un conflicto de intereses, es necesario que exista la manifestación de las voluntades o consentimiento de las partes en conflicto para someterse

al arbitraje, ya que si alguna de ellas se niega a aceptarlo, la autoridad no podrá fungir como arbitro.

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

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

La Ley Federal del Consumidor contempla dos tipos de arbitraje: el sustentado en estricto derecho y el sustentado en una amigable composición.

El maestro Cipriano Gómez Lara, señala "los juicios arbitrales son de estricto derecho cuando se llevan a cabo conforme a la Ley, es decir, que el árbitro se sujeta a lo dispuesto por la normatividad; y los de equidad, que son aquellos que se someten al libre arbitrio del juzgador, quien

*resuelve conforme a los dictados de la equidad y valores aplicables al caso concreto”.*⁴⁸

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

El artículo 119 de la Ley Federal de Protección al Consumidor menciona que en la amigable composición se fijarán las cuestiones que deberán ser objeto del arbitraje y el árbitro tendrá libertad para resolver en conciencia y a buena fe guardada, sin sujeción a reglas legales, pero observando las formalidades esenciales del procedimiento. El árbitro tendrá la facultad de allegarse todos los elementos que juzgue necesarios para resolver las cuestiones que se le hayan planteado. En este procedimiento no habrá términos ni incidentes.

Las resoluciones dictadas por los árbitros se llaman laudos y se pronuncian en los términos de la cláusula compromisoria, resolución que ira firmada por quien o quienes la hayan pronunciado. El laudo arbitral

⁴⁸ GÓMEZ LARA, Cipriano.- **Derecho Procesal Civil**, Séptima Edición, Editorial Oxford, México, 2007, Págs. 296 y 297.

emitido por la Procuraduría o por el árbitro designado por las partes deberá cumplimentarse o, en su caso, iniciar su cumplimentación dentro de los 15 días siguientes a la fecha de su notificación, salvo pacto en contrario.

Sin perjuicio de las funciones de arbitraje que puede legalmente ejercer la procuraduría, la Secretaría llevará una lista de árbitros independientes, oficialmente reconocidos para actuar como tales.

Dichos árbitros podrán actuar por designación de las partes o designación de la Procuraduría, a petición del proveedor y el consumidor. En lo relativo a su inscripción y actuación se regularán por lo que disponga el reglamento de la presente Ley.

El 27 de agosto del año 1997, es publicado en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento del artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el cual señala los lineamientos que regulan la inscripción y actuación de los árbitros independientes. Las resoluciones que se dicten durante el procedimiento arbitral admitirán como único recurso el de revocación, mismo que deberá resolverse por el árbitro designado en un plazo no mayor de 48 horas. El laudo arbitral sólo estará sujeto a aclaración dentro de los 2 días siguientes a la fecha de su notificación.

Así tenemos que esta institución constituye una opción para que los consumidores de algún Sistema de Autofinanciamiento, puedan solucionar sus diferencias con las empresas que presten este tipo de servicios.

Ha sido una tendencia evidente en el derecho mexicano moderno, el encaminarse a la solución de conflictos a través de procedimientos arbitrales y de mediación que eviten la tardanza en la resolución de los conflictos, con ahorro de tiempo y recursos. Por ejemplo, en el Distrito Federal, se cuenta ya con un Centro de Mediación y de Justicia alternativa, al cual pueden acudir los ciudadanos a dirimir sus controversias.

CAPITULO QUINTO
LA CONVENIENCIA DE REGULAR EL CONTRATO
Y A LAS EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO EN LA LEY
GENERAL DE ORGANIZACIONES Y ACTIVIDADES AUXILIARES DEL
CREDITO

En el marco jurídico del Contrato de Autofinanciamiento no se puede decir que este opere el principio de la autonomía de la voluntad que rige a otras materias del derecho, que se manifiesta como la libre expresión de la voluntad de las partes contratantes. Por el contrario, las empresas de autofinanciamiento, imponen o determinan al Consumidor el contenido del acuerdo.

Por ello, los estudiosos en esta materia ubican o asimilan al Contrato de autofinanciamiento con el mal llamado Contrato de Adhesión, siguiendo las ideas de Ernesto Gutiérrez y González, “atendiendo a que dicho contrato es un acto unilateral de la voluntad y en consecuencia es discutible que se trate verdaderamente de un acuerdo de voluntades, sino un Guión Administrativo”.⁴⁹

⁴⁹ GUTIÉRREZ Y GONZÁLEZ, Ernesto.- **Derecho de las Obligaciones**, Décima Tercer edición, Editorial Porrúa, México, 2001, Págs. 513 y siguientes.

Que se impone al Consumidor, quien solamente le queda aceptar la imposición del acto jurídico.

Determinando su categoría de Contrato por la existencia de un consentimiento, es decir, el acuerdo de voluntades en donde siempre aparece como la característica principal por ser un contrato elaborado por el prestador de servicios que sin ser un contrato principal si responde a las condiciones diarias de la comercialización en nuestra sociedad.

Actualmente el Contrato de Autofinanciamiento se encuentra regulado en la Ley Federal de Protección al Consumidor, a través del Contrato de Adhesión. Sin embargo, por su naturaleza mercantil debería tener un soporte legal, ya que es un acto de comercio. Por intervenir la voluntad de comerciantes personas físicas o morales.

Es evidente la comercialización que se maneja en estos Contratos de Autofinanciamiento o de Adhesión, ya que es el medio más idóneo para adquirir un patrimonio propio, es decir, mediante este contrato, se pueden conseguir bienes muebles o inmuebles de acuerdo a las necesidades de la vida actual, pues la principal ventaja son los pagos regulares, sin la necesidad de que nuestra economía se vea seriamente afectada.

*Por lo que, sigue siendo uno de los servicios más solicitados y atractivos para la sociedad en general, motivo por el cual requiere forzosamente la intervención del Estado, por lo tanto, es **URGENTE** su regulación como **CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO**, dentro de la Ley General de Organizaciones Auxiliares del Crédito y en la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito. Hay que considerar que las empresas que manejan estos financiamientos subsisten con fondos propios aportados por los participantes.*

*Las “Empresas de Autofinanciamiento”, para poder operar como tales deben encontrarse constituidas como Sociedades Anónimas las cuales deberán cumplir con los requisitos establecidos en la Ley General de Sociedades Mercantiles en cuanto a su composición. Es importante destacar que desde su nacimiento ha sido manejado como contrato de Adhesión que indebidamente se rige por la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo cual considero no es de su competencia, porque de acuerdo a su naturaleza son actos mercantiles y por lo tanto, deben regularse como **EMPRESAS DE AUTOFINANCIAMIENTO**, dentro de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito en la Ley de Títulos de Crédito. Cuya figura deberá ser supervisada, pero sobre todo brindando seguridad jurídica para cualquier tipo de eventualidad que se suscitara, y que a falta de cumplimiento por alguna de las partes no sólo quede supeditado a lo establecido por la Ley Federal de Protección al*

Consumidor. Dándole la importancia que este contrato tiene en la vida actual.

Así, en términos del artículo 2° de la Ley Federal de Protección al Consumidor proveedor es la persona física o moral que habitual ó periódicamente ofrece, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios.

Sin embargo, tratándose específicamente del Contrato de Autofinanciamiento, el proveedor reviste una particularidad y es que conforme a lo dispuesto por los artículos 63 y siguientes de la Ley Federal de Protección al Consumidor, sólo las personas morales autorizadas por el Estado para ello, pueden comercializar a través de este tipo de sistemas, es decir, las sociedades que administren los sistemas de comercialización.

A acorde al artículo 2° de la Ley Federal de Protección al Consumidor, proveedor son aquellas personas morales que se constituyan con arreglo a la Ley y cuentan con autorización para desempeñar tales actividades, artículos 25 fracción III del Código Civil Federal, 3° fracción II del Código de Comercio y 4 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Aún y cuando no se establece con precisión, ni en la Ley Federal de Protección al Consumidor, ni en su Reglamento, ni en las Normas Oficiales

Mexicanas, cuál de todas las formas señaladas por la Ley General de Sociedades Mercantiles, deben asumir las empresas dedicadas a este sistema de comercialización. Lo cierto es que en la práctica, la mayoría de las empresas administradoras de Autofinanciamiento, asumen la forma de Sociedades Anónimas de Capital Variable.

Por ello, es importante aclarar que conforme a lo dispuesto por los artículos 25 del Código Civil Federal, 1° y 4° de la Ley General de Sociedades Mercantiles, 2° y 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el proveedor es una Persona Moral Comerciante autorizada por el Estado para desempeñar actividades de autofinanciamiento.

El artículo 25 del Código Civil Federal confiere el carácter de "Persona" a la Sociedad mercantil, esto es, es una ficción jurídica, centro de imputación normativa para efectos del Derecho, mientras que los numerales 1° y 4° de la Ley General de Sociedades Mercantiles confieren el carácter de comerciante a éstas últimas.

Dichas sociedades deberán incluir dentro de su escritura constitutiva, su objeto social siendo la comercialización de bienes y servicios a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; así también deberá contener los requisitos señalados en el artículo 6° de la Ley General de Sociedades Mercantiles, además de que la escritura constitutiva

*de la sociedad debe pasarse ante la fe de un **Fedatario** público artículo 5; e inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio artículo 7° de la misma Ley .*

El propósito de regular estas empresas es que contengan disposiciones elementales y legales otorgándoles la importancia que desarrollan en la vida económica y social de nuestro país, además las actividades que realizan estas empresas son de orden público e interés social, las cuales deben contar con la vigilancia y autorización de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público y de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para así poder cumplir de manera fehaciente con los planes del financiamiento que ofrecen al público, y que tiene un mayor control de su funcionamiento.

5.1 NUEVO APARTADO LEGAL PARA EL CONTRATO DE AUTOFINANCIAMIENTO.

Es indiscutible la necesidad de regular las empresas de autofinanciamiento y su contrato de Adhesión. La propuesta que se hace es debida a la importancia que tienen los Sistemas de Comercialización, dentro de la legislación mercantil.

Con la debida autorización de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público cuando cumplan los requisitos, esto es con el objeto de incrementar el número de empresas en el mercado nacional y evitar el abuso o engaño por parte de las mismas, así como al público consumidor, es necesario tomar en cuenta que hoy en día, este contrato se maneja de manera habitual por la sociedad, generando una gran demanda, pero sobre todo porque en el intervienen las voluntades de comerciantes, creando derechos y obligaciones que les brinden seguridad jurídica, tanto a las empresas financieras como a los consumidores

Atendiendo a su funcionamiento el Código de Comercio establece en su artículo 371 que señala: serán mercantiles las compraventas a las que este Código les da tal carácter y todas las que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar.

No basta la regulación actual de este contrato y de estas empresas en la Ley Federal de Protección al Consumidor, dado que se le confiere un trato marginal o secundario, pareciera que se desdeña la importancia económica y la trascendencia jurídica que implica este sistema de comercialización, porque del contrato de autofinanciamiento se generan una multiplicidad de consecuencias jurídicas e implicaciones legales.

Pareciera una consecuencia lógica a esta falta de rigor legislativo la ausencia de seriedad, compromiso y abuso con que se conducen las Empresas de Financiamiento, en detrimento de los intereses del público consumidor necesitado de oportunidades para acrecentar su patrimonio tanto personal como empresarial.

La función principal de estas empresas es manejar recursos del público, a través de las cuotas de los participantes, desarrollando una actividad auxiliar de crédito cuya importancia radica en la adquisición de bienes, por lo se le pide al legislador se eleve a la categoría de Auxiliar del Crédito al las Empresas de Autofinanciamiento y no solo sea manejado por un simple Contrato de Adhesión, regulado por la Ley Federal de Protección al Consumidor, porque deja en desventaja a quienes lo utilizan, desde el momento de ser redactado a conveniencia de una sola de las partes (empresa de autofinanciamiento) sin ningún compromiso para esta.

Se propone que en la Ley General de Organizaciones Auxiliares del Crédito, se regule a las Empresas de Autofinanciamiento ya que el Contrato que ofrecen dichas empresas, en realidad manejan los recursos del público consumidor y subsisten con las aportaciones de sus participantes creando su propio fondo económico a la cual se le debe otorgar la calidad jurídica que en estricto rigor jurídico le corresponde:
Como una Actividad Auxiliar del Crédito.

Por lo tanto, para efectos de esta investigación se dice que las empresas que manejan estos Contratos de Autofinanciamiento, son EMPRESAS AUXILIARES DEL CRÉDITO, por lo tanto necesitan, que la ley les reconozca este carácter y tengan una regulación ajustada a la Ley Mercantil vigente, y acorde a su trascendencia e importancia. Se propone que el Contrato cumpla con las expectativas de su propia naturaleza, la cual podría ser agregada en la fracción II y III del artículo 3° y 4 de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito, para quedar de la siguiente manera:

Se consideran Organizaciones Auxiliares de Crédito las siguientes:

TEXTO VIGENTE	TEXTO PROPUESTO
<p>Artículo 3o.- Se consideran organizaciones auxiliares del crédito las siguientes: I. Almacenes generales de depósito; II. Se deroga. Fracción II, derogada por DOF 18-07-2006, que seguirá vigente hasta el 18 de julio de 2013: II. Arrendadoras financieras; III. (Se deroga). IV. [Uniones de crédito;] Nota: Fracción derogada de conformidad con DOF 20-08-2008, por contener referencia a uniones de crédito. V. Se deroga. Fracción V, derogada por DOF 18-07-2006, que seguirá vigente hasta el 18 de julio de 2013: V. Empresas de factoraje financiero, y VI. Las demás que otras leyes consideren como tales.</p> <p>Artículo 4o.- Se consideran actividades auxiliares del crédito:</p>	<p>Artículo 3o.- Se consideran Organizaciones Auxiliares de Crédito las siguientes: I.- Almacenes Generales de depósito; II.- Empresas de autofinanciamiento autorizadas por el Estado, para funcionar como tal; III.- Los servicios para la celebración del Contrato de Autofinanciamiento VI.- Las demás que otras leyes consideren como tales;</p> <p>Artículo 4o.- Se consideran actividades auxiliares del crédito:</p>

<p>I. La compra-venta habitual y profesional de divisas, y</p> <p>II. La realización habitual y profesional de operaciones de crédito, arrendamiento financiero o factoraje financiero.</p>	<p><i>I. La compra-venta habitual y profesional de divisas, y</i></p> <p><i>II. La realización habitual y profesional de operaciones de crédito, arrendamiento financiero o factoraje financiero.</i></p> <p>III.- Los servicios para la celebración del contrato de autofinanciamiento.</p>
---	---

El objeto de regular el Contrato de Autofinanciamiento en la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito, es porque este contrato ofrece planes de financiamiento o de crédito, dando la oportunidad a toda persona de contar con un patrimonio propio, convirtiéndose así en una verdadera herramienta para incentivar el ahorro y ayudar a la población menos privilegiada a hacerse de aquellos bienes que le son necesarios, y a los que de alguna u otra forma no podría tener acceso.

Asimismo se propone que el Contrato de Autofinanciamiento este regulado también en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, en su Título Segundo, agregando:

CAPITULO VIII

DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION CONTRATOS DE ADHESIÓN

ARTÍCULO 431 bis- Por virtud del contrato de autofinanciamiento, el Cliente-solicitante, se obliga en los términos propuestos por la empresa financiera para aportar en forma consecutiva y periódica una suma de dinero y con la finalidad de que ésta última

forme un grupo de integrantes y constituir un fondo común que se destina a la obtención de bienes que serán entregados a los integrantes del grupo.

La participación de las personas en sistemas de financiamiento se deberá documentar mediante un contrato de adhesión que suscriban el proveedor y la empresa financiera y podrá inscribirse en el Registro Público de Comercio, a solicitud de los contratantes, sin perjuicio de hacerlo en otros Registros que las leyes determinen.

Dicho contrato deberá:

- I. Registrarse ante la Procuraduría;
- II. Contener las declaraciones, advertencias y cláusulas necesarias para especificar los términos y condiciones de la operación de manera clara, suficiente, concisa y objetiva;
- III. Estar escrito en idioma español, con caracteres legibles a simple vista, sin perjuicio de que además se expresen en otros idiomas, en cuyo caso, el proveedor debe demostrar que se trata de una traducción fiel que realizó un perito oficial y se incluya una cláusula que indique: "En caso de que hubiere discrepancias, siempre prevalecerán los términos del texto en idioma español";
- IV. Estipular pagos en moneda nacional, o bien en otra moneda, únicamente cuando el bien contratado se ofrezca en moneda extranjera, y siempre que **exista autorización expresa por parte del Cliente** y se especifique el derecho del consumidor de realizar sus pagos en moneda nacional, conforme a lo dispuesto en la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos;
- V. Establecer la tasa de interés que por concepto de mora se podrá cobrar por la falta de oportunidad en el pago de las distintas aportaciones, cuotas y costos que deba cubrir el consumidor. La tasa que se establezca y los procedimientos para su determinación deberán ser iguales para todos los conceptos mencionados, y
- VI. Ser elaborado conforme a la Ley, al Reglamento y a las demás disposiciones aplicables, y sin incluir cláusulas que limiten, transformen o hagan nugatorios los derechos y obligaciones de los consumidores y del proveedor, o que impliquen incumplimiento a la Ley, el Reglamento y las demás disposiciones aplicables.

ARTICULO 431 TERCER- El contrato de **autofinanciamiento** para su mejor **implementación y funcionamiento**, deberá elaborarse de manera estructurada. Para tal efecto se observará lo siguiente:

- I. Las declaraciones, advertencias y cláusulas deberán ordenarse y clasificarse por capítulos;
- II. Deberá incluir un capítulo exclusivo de definiciones, el cual deberá comprender las mismas definiciones que procedan del Reglamento, así como otras que el proveedor considere útiles para la simplificación y entendimiento del contrato, y
- III. Se podrá hacer uso de anexos para incorporar el detalle de los procedimientos, establecer las representaciones matemáticas e indicar ejemplos de cálculos, entre otros. Dichos anexos, para todos los efectos, se considerarán parte del contrato.

Deberá contener, de manera enumerativa más no limitativa la siguiente información:

- I. Nombre, denominación, razón social y domicilio del proveedor y del consumidor;
- II. El objeto del contrato de adhesión, especificando:
 - a. El número de grupo;
 - b. El número de consumidores que integran el grupo y el número correspondiente de integrante;
 - c. El número de cuotas periódicas totales;
 - d. La especificación del bien o del servicio de que se trate, señalando en lo conducente sus características, como lo son marca, modelo, tipo, entre otros o, en su caso, su género y las bases para poder determinarlo, y
 - e. El precio del bien o del servicio de que se trate, señalando el factor de actualización que se aplique.
- III. El monto, condiciones y periodicidad de los pagos que debe realizar el consumidor, especificando las cantidades por cada concepto y, en su caso, la forma en que habrán de actualizarse para los pagos sucesivos y las contribuciones que se generen;
- IV. Frecuencia y procedimientos que se utilicen para la adjudicación, así como los medios y periodicidad para que el proveedor notifique y difunda los resultados de los eventos de adjudicación;
- V. Los procedimientos para que:
 - a. El adjudicatario sustituye el bien o servicio contratado, cuando éste lo decida o no esté disponible en la fecha que debe entregarse.
 - b. El adjudicatario elija al suministrador del bien o servicio contratado en el caso de los bienes inmuebles y, en lo que hace a bienes muebles, cuando el proveedor no cuente con el bien objeto del contrato de adhesión.
 - c. El integrante realice la cesión de derechos del contrato de adhesión y, en su caso, los costos y penas que ello implique.
 - d. El consumidor realice pagos anticipados.
- VI. Plazo y procedimiento para la liquidación del grupo, así como condiciones y plazo para la distribución del remanente, si lo hubiere, entre los adjudicados del grupo, señalando el destino de tales recursos, cuando el consumidor no lo cobre;
- VII. Requisitos y tipo de garantías que debe cubrir el adjudicatario para solventar el pago de las cuotas periódicas totales pendientes de cubrir, previamente a la recepción del bien contratado, señalándose el procedimiento que aplique el proveedor para evaluarlos y para notificar a aquél el resultado correspondiente;
- VIII. La referencia de que en caso de hacerse efectiva la garantía, las aportaciones periódicas recuperadas serán afectadas directamente al patrimonio del Fondo del Grupo, y
- IX. Causas de rescisión para cada una de las partes y el monto de las penas a que se refiere el presente Reglamento.

ARTICULO 431 CUATER.- En el contrato se deberán indicar los tipos de seguros y cobertura que debe o podrá contratar el proveedor por cuenta del consumidor o, en su caso, la fecha de entrega de la póliza o certificado correspondiente.

CONCLUSIONES

PRIMERA.– *El Contrato de Autofinanciamiento tiene su origen en la Alemania nazi de Adolfo Hitler. Surge como una forma de adquirir vehículos a bajo costo, mediante la conformación de grupos de personas, quienes abonaban pequeñas cantidades de dinero. Estimo que la creación de este sistema de comercialización tuvo en principio y mantiene una función de carácter eminentemente social.*

SEGUNDA.– *Este Contrato fue aplicado en México, hasta 1970 por un grupo de empresarios jaliscienses, dedicados a la comercialización de vehículos Volkswagen.*

TERCERA.– *El primer ordenamiento que establece las bases para regular a los sistemas de Autofinanciamiento, fue la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1976 y posteriormente también NOM 143–SCFI–2000.*

CUARTA.– *Con la adición del artículo 29 Bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor se intentó regular por primera vez a esta figura jurídica, dando solución y protección a los consumidores que hacían uso de este sistema.*

QUINTA.– *El marco normativo del Contrato de Autofinanciamiento se encuentra disperso en diversos ordenamientos jurídicos. Por lo que es necesario Unificarlos en la Ley para no generar un riesgo para el público consumidor al no quedar plena y claramente definidos los alcances, derechos y obligaciones entre la empresa y el consumidor.*

SEXTA.– *El presente trabajo propone reconocer la verdadera Naturaleza Jurídica del Contrato de Autofinanciamiento, como una Actividad Auxiliar del Crédito en la Ley General de Organizaciones Auxiliares de Crédito, que regule a dicha figura jurídica y otorgue a las Empresas de Autofinanciamiento el carácter de Organización Auxiliar del Crédito.*

SEPTIMA.– *Además incluir en la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, en su Título Segundo, un Capítulo VIII, donde se compile de manera organizada y sistematizada cada uno de los preceptos a que se refiere dicha figura jurídica. De lo contrario genera un serio peligro para el consumidor al no quedar debidamente señalados en un solo ordenamiento los derechos y obligaciones a cargo de la empresa de Autofinanciamiento.*

OCTAVA.– *Los Sistemas de Autofinanciamiento encuentran su razón de ser en un aspecto de carácter social: la falta de recursos económicos suficientes por parte de los consumidores para la adquisición de contado*

bienes o servicios que de otra manera no podrían adquirir.

NOVENA.– *El concepto de Autofinanciamiento no existe como tal en la legislación mexicana, sin embargo, en la práctica sabemos que dicho término es utilizado para definir a los sistemas de comercialización a que se refiere el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.*

DECIMA.– *Propongo como definición del Contrato de Autofinanciamiento: Acuerdo de voluntades de naturaleza mercantil que celebran por una parte una persona física o moral a quien se denomina “Consumidor” o Cliente y por la otra una empresa de autofinanciamiento o “Proveedor” que es una persona moral comerciante autorizada por el Estado para desempeñar actividades de financiamiento a través de sistemas de comercialización que determina al Cliente, por virtud del cual el Cliente solicita al proveedor la adquisición de bienes mediante integración de grupos y la aportación periódica de sumas de dinero.*

DECIMA PRIMERA.– *La finalidad del Contrato de Autofinanciamiento es la creación de un grupo de consumidores que realizan aportaciones para la constitución de un fondo común para la compra de bienes muebles, inmuebles y servicios, adquisición que se realiza a través de los procedimientos de adjudicación pactados en el Contrato.*

DECIMA SEGUNDA.– *Sólo las sociedades mercantiles pueden operar previa autorización del Estado, a través del Secretario de Economía, los sistemas de Autofinanciamiento y por lo general asumen la forma de Sociedades Anónimas de Capital Variable.*

DECIMA TERCERA.– *El Contrato de Autofinanciamiento ha evolucionado considerablemente en las últimas tres décadas, convirtiéndose así en una verdadera herramienta para incentivar el ahorro y ayudar a la población menos privilegiada a hacerse de aquellos bienes o servicios que le son necesarios, y a los que de alguna otra forma no podría tener acceso.*

DECIMA CUARTA.– *La Procuraduría Federal del Consumidor interviene como árbitro en un conflicto entre consumidor y una empresa de Autofinanciamiento, siempre que ambas partes la designen de común acuerdo.*

DECIMA QUINTA.– *El laudo arbitral emitido por la Procuraduría, no tiene una naturaleza coercitiva, para ejecutarlo es necesario acudir a los tribunales competentes para obtener su cumplimiento.*

DECIMA SEXTA.– *Desde su nacimiento el Contrato de Autofinanciamiento ha sido manejado como Contrato de Adhesión e*

indebidamente se rige por la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo cual contraviene a su naturaleza, porque es un acto mercantil y por lo tanto, debe regularse dentro de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito y en la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito.

BIBLIOGRAFIA.

- 1.- AGUILAR, Fernando.-** *Sistema de Ahorro Previo por Grupos Cerrados: Bienes, Dinero, Inmuebles, Segunda edición, Editorial Astrea, Buenos Aires, 1988.*
- 2.- AYLLON GONZALEZ, María Estela y et. al.-** *Temas Selectos del Derecho Corporativo, Editorial Porrúa, México, 2000.*
- 3.- BARRERA GRAF, Jorge.-** *Tratado de Derecho Mercantil, Quinta Edición, Editorial Porrúa, México, 2008.*
- 4.- BORJA SORIANO, Manuel.-** *Teoría de las Obligaciones, Décima Octava edición, Editorial Porrúa, México, 2001.*
- 5.- DAVALOS MEJIA, Carlos Felipe.-** *Títulos y Contratos de Crédito, Quiebra, Tomo I, Segunda edición, Editorial Harla, México, 2008.*
- 6.- DE PINA VARA, Rafael.-** *Elementos de Derecho Mercantil Mexicano, Trigésima edición, Editorial Porrúa, México, 2005.*
- 7.- GUTIERREZ Y GONZALEZ, Ernesto.-** *Derecho de las Obligaciones, Décima Sexta Edición, Editorial Porrúa, México, 2007.*
- 8.- GOMEZ LARA, Cipriano.-** *Derecho Procesal Civil, Sexta edición, Editorial Harla, México, 2007.*
- 9.- MARTINEZ MORALES, Rafael.-** *Derecho Administrativo, Cuadragésima Novena edición, Editorial Harla, México, 2005.*

10.- OVALLE FAVELA, José.- *Derechos del Consumidor, Primera edición, Editorial UNAM, México, 2000.*

11.- ROJINA VILLEGAS, Rafael.- *Compendio de Derecho Civil, Tomo I, Trigésima sexta edición, Editorial Porrúa, México, 2005.*

12.- ROJINA VILLEGAS, Rafael.- *Compendio de Derecho Civil, Tomo III, Décima edición, Editorial Porrúa, México, 1987.*

13.- ROJINA VILLEGAS, Rafael.- *Compendio de Derecho Civil, Tomo IV, Décima Séptima edición, Editorial Porrúa, México, 1986.*

14.- ROJINA VILLEGAS, Rafael.- *Compendio de Derecho Civil, Tomo V, Volumen II, Novena edición, Editorial Porrúa, México, 1999.*

15.- SANCHEZ MEDAL, Ramón.- *De los Contratos Civiles, Vigésima Tercera edición, Editorial Porrúa, México, 2008.*

16.- VASQUEZ DEL MERCADO, Oscar.- *Contratos Mercantiles, Décima Sexta edición, Editorial Porrúa, México, 2004.*

17.- ZAMORA Y VALENCIA, Miguel Ángel.- *Contratos Civiles Décima edición, Editorial Porrúa, México, 2004.*

DICCIONARIOS.

1.- *DE PINA VARA, Rafael.- Diccionario de Derecho, Vigésima Edición, Editorial Porrúa, México, 1994.*

2.- *Diccionario de la Lengua Español, Tomo I, Décima Novena Edición, España, 1981.*

3.-*Enciclopedia Jurídica Omeba, Tomo IV, Editorial Bibliográfica, Argentina, 1969.*

LEYES CONSULTADAS

1.-*Código Civil Federal.*

2.- *Código de Comercio.*

3.- *Ley Federal de Protección al Consumidor.*

4.- *Ley General de Sociedades Mercantiles.*

5.- *Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito.*

6.- *Ley Títulos y Operaciones de Crédito.*

7.- *Reglamento del artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor*

8.- *Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores.*

NORMAS OFICIALES MEXICANAS.

1.- Norma Oficial Mexicana NOM-143-SCFI-2000, Prácticas comerciales- elementos normativos para los sistemas consistentes en la integración de grupos de consumidores para la adquisición de bienes y servicios (sistemas de autofinanciamiento).

2.- Norma Oficial Mexicana NOM-037-SCFI-1994, Requisitos para los contratos de Adhesión en los sistemas de consistentes en la integración de grupos de consumidores.

DIARIOS OFICIALES

1.- Diario Oficial del 10 de Marzo de 2006.

2.- Diario Oficial del 7 de enero de 1982

PAGINAS WEB.

www.afasa.com.mx

www.autofin.com.mx

www.cddhcu.gob.mx

www.condusef.gob.mx

www.firme-plus.com.mx/antecedentes

www.firmeplus.com.mx

www.ordenjuridico.gob.mx

www.profeco.gob.mx/jurídico/normas/nom.

R E V I S T A S.

Procuraduría Federal del Consumidor.- Revista del Consumidor, Número 370, Diciembre 2007

Revista de Administración Pública, artículo "Procuraduría Federal del Consumidor", elaborado por Roberto Campa Cifrián, Número 97, México, 1998.

A N E X O
CONTRATO DE ADHESIÓN
DE AUTOFIN



AUTOFINANCIAMIENTO MÉXICO, S.A. DE C.V.

Avenida Insurgentes 1235, Colonia Extremadura Insurgentes, México, 03740, D.F., 5482-0300 www.autofin.com

R.F.C. AME-940622-UA2. REGISTRO PROFECO: NÚMERO 397561..1BRO FECHA 22-NQV-2000
FIDEICOMISO DE ADMINISTRACIÓN: NÚMERO CELEBRADO CON
SEGURO COLECTIVO DE VIDA CON:

CONTRATO	FECHA
No. de GRUPO	No. DE INTEGRANTE
NOMBRE	FECHA DE NACIMIENTO
DOMICILIO	CIUDAD
COLONIA	ESTADO
DELEGACIÓN	R.F.C.
TELÉFONOS	C.P.
BENEFICIARIO(S) DEL SEGURO DE VIDA	

VIGENCIA MÁXIMA DEL GRUPO: CINCUENTA MESES.
PLAZO CONTRATADO: MESES.
DE CONSUMIDORES: CIEN.
EI VENCIMIENTO DE LAS CUOTAS MENSUALES TOTALES SERÁ LOS DÍAS: SIETE.

VEHÍCULO NUEVO CONTRATADO

PRECIO PÚBLICO VIGENTE DEL VEHÍCULO CONTRATADO \$
INSCRIPCIÓN (0.5% DEL PRECIO DEL VEHÍCULO MÁS IMPUESTO) \$

INTEGRACIÓN DE LA CUOTA MENSUAL TOTAL.

A) APORTACIÓN MENSUAL (100% DEL PRECIO DEL VEHÍCULO CONTRATADO, MÁS EI FACTOR DE ACTUALIZACIÓN () ENTRE EI PLAZO CONTRATADO). \$

B) CUOTA DE ADMINISTRACIÓN (0.15% DEL PRECIO DEL VEHÍCULO CONTRATADO MÁS IMPUESTO) \$

C) PAGO MENSUAL DEL SEGURO DE VIDA. \$

IMPORTE DE LA PRIMERA CUOTA MENSUAL TOTAL. \$

LOS CONCEPTOS A, B, C SE AJUSTARÁN SE MODIFIQUE EI PRECIO DEL VEHÍCULO CONTRATADO Y SE A PARTIR DE SU ADJUDICACIÓN.

Contrato de adhesión del sistema de autofinanciamiento que celebran por una parte, AUTOFINANCIAMIENTO MÉXICO, S.A. DE C.V., a quien en lo sucesivo se denominará "el proveedor" y por la otra, "el consumidor" cuyos datos generales se señalan en la carátula del presente contrato, al tenor de las siguientes declaraciones, definiciones y capítulos:

PRIMERA: "AUTOFINANCIAMIENTO MÉXICO, S.A. DE C.V." es una Sociedad Mercantil constituida, según testimonio 20685 del Lic. Rogelio Magaña Luna Notari0156 del Distrito Federal y cuyo origen data del 6 de abril de 1978.

SEGUNDA: "El proveedor" manifiesta que el sistema de autofinanciamiento que promueve y el modelo del presente contrato, cuentan con la autorización, registro, permiso y notificación que estipula el artículo 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y el Reglamento de Sistemas

CUOTA DE ADMINISTRACIÓN. Cantidad de dinero que "el proveedor" cobra a "el consumidor" en cada una de sus cuotas mensuales por los diversos servicios y actos que realiza para lograr los fines del presente contrato y cuyo importe equivale al 0.15% del precio público vigente del vehículo contratado más el impuesto correspondiente.

CUOTA MENSUAL TOTAL. Cantidad que resulta de sumar: la aportación mensual, la cuota de administración, la prima de seguro de vida e impuestos.

VALOR PRESENTE. Cantidad que resulta de multiplicar el número de aportaciones mensuales pagadas por "el consumidor" por el valor de la aportación mensual que en términos del contrato se encuentra vigente.

VALOR HISTÓRICO. Cantidad que resulta de sumar las aportaciones mensuales pagadas por "el consumidor", en términos nominales.

VALOR HISTÓRICO PROMEDIO. Cantidad que resulta de dividir el monto del valor histórico entre el número de aportaciones pagadas.

ESTUDIO ACTUARIAL. Documento elaborado por un profesional en la materia, en el que se dan a conocer los resultados obtenidos en la investigación y análisis de la viabilidad financiera de este sistema de autofinanciamiento.

VIABILIDAD FINANCIERA. Al supuesto de que los saldos de todos los grupos de "consumidores", en forma particular y agregada, no sean negativos al cierre cada mes, tomando en consideración los recursos disponibles y las reservas preventivas de "el proveedor".

MANUAL DEL CONSUMIDOR. Documento informativo que elabora "el proveedor" para dar a conocer a "el consumidor" las características y bases del funcionamiento del sistema de autofinanciamiento que comercializa.

GRUPO

tA. CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO. El grupo es cerrado: con una vigencia máxima de cincuenta meses y constituido por cien integrantes, quienes celebran contratos a plazos de treinta o cuarenta o cincuenta meses para adquirir vehículos nuevos de distintas marcas y tipos, cuyos valores son heterogéneos bajo la condición de que el de mayor valor represente como máximo tres veces más que el de menor valor.

I.B. CONSTITUCIÓN DEL GRUPO. El grupo se constituye cuando "el proveedor" ha integrado al mismo, cien consumidores y todos han pagado, como mínimo, su inscripción y su primera cuota mensual total.

I.C. PRIMERA REUNIÓN. "El integrante" participará en la primera Reunión de Adjudicación de su grupo dentro de los sesenta días naturales, siguientes a la fecha de este contrato de adhesión. En caso de incumplimiento, "el integrante" podrá rescindir el contrato de adhesión y solicitar que "el proveedor" le devuelva dentro de los treinta días naturales siguientes a la notificación, el valor presente de todos los pagos realizados por "el integrante", incluida la cuota de inscripción.

I.D. SUSTITUCIONES. "El proveedor", podrá cubrir las vacantes de aquellos consumidores que causen baja por cancelación o por rescisión durante la vigencia del grupo. El nuevo consumidor deberá pagar la inscripción y las cuotas mensuales totales vencidas del grupo a su valor presente.

APORTACIONES Y CUOTAS

II.A VALOR DE LA APORTACIÓN MENSUAL. "El integrante" se obliga a pagar a "el proveedor" puntualmente el equivalente al porcentaje que resulte de sumar al precio vigente del vehículo contratado el factor de actualización que corresponda y dividirlo entre el número de meses de su plazo contratado, de acuerdo a lo siguiente:

PRECIO	MÁS	FACTOR IGUAL	TOTAL	ENTRE	PLAZO	GUAL	APORTACIÓN MENSUAL
100%	+	6.5%	= 106.5%		30 MESES	=	3.55%
100%	+	10.0%	= 110.0%		40 MESES	=	2.75%
100%	+	15.0%	= 115.0%		50 MESES	=	2.30%

II.B. VALOR DE LA CUOTA MENSUAL TOTAL. "El integrante" acepta que el valor de la cuota mensual total se ajustará el día de la Reunión de Adjudicación correspondiente, cuando exista modificación al precio público vigente del vehículo contratado. Aquellos integrantes del grupo que tengan cuotas o diferencias pendientes de pago, tendrán la obligación de cubrirlas a su valor presente en su siguiente vencimiento mensual.

"El proveedor" se obliga a comunicar a "el integrante" en un plazo máximo de 30 días naturales siguientes a la fecha en que tenga lugar el hecho, la modificación a su cuota mensual total de conformidad con lo establecido en este contrato de adhesión.

El valor de las cuotas mensuales totales pendientes de pago de "el adjudicatario" o "el adjudicado", se congelará al vigente de la reunión en que se adjudique.

II.C. ANTICIPO DE CUOTAS. Cuando "el integrante" decida pagar cuotas mensuales totales anticipadas, deberá cubrirlas al valor que esté vigente en su siguiente Reunión de Adjudicación mensual descontándole el seguro de vida.



Si las paga "el adjudicatario" o "el adjudicado", se le contará además, la cuota de administración y el impuesto correspondiente, en ambos casos las cuotas anticipadas cancelarán las últimas en sentido inverso.

II.D. VENCIMIENTO. La fecha de vencimiento de las cuotas mensuales totales pendientes de pago, después de la primera Reunión mensual de Adjudicación del grupo, será el día siete de cada mes o en su caso, el día hábil siguiente.

II.E. LUGAR DE PAGO. Posterior a la primera Reunión de Adjudicación mensual, todas las cuotas mensuales totales deberán ser cubiertas en las sucursales de la Institución Bancaria que se señala en el talonario de pagos que "el consumidor" recibe de "el proveedor" a la firma del presente contrato. "El consumidor" deberá: verificar que su talón de pago sea sellado e impreso por la caja registradora de la Institución designada, lo que dará validez absoluta a dicho pago, pagar en moneda nacional y no realizar pagos parciales. "El proveedor" no se responsabiliza por los pagos que "el consumidor" efectúe a persona o Institución diferente a la señalada en el talonario de pagos.

II.F. PAGO CON CHEQUE. Cualquier pago que sea realizado con cheque, éste deberá expedirse a favor de "AUTOFINANCIAMIENTO MÉXICO, S.A. DE C.V." Y señalar en el reverso el número de contrato al que se aplicará dicho pago, para su correcta identificación. Si el cheque es devuelto por causa imputable al librador, "el consumidor" deberá pagar el veinte por ciento sobre su valor, en apego al artículo 193 y demás aplicables de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. Al concepto anterior se sumará el impuesto correspondiente,

II.G. FIDEICOMISO DE ADMINISTRACIÓN. "El proveedor" tiene constituido un fideicomiso de administración con la Institución que se menciona en la carátula de este contrato cuya finalidad es la debida custodia y la correcta aplicación de las aportaciones mensuales que depositan "los consumidores" de sus grupos en operación, para cumplir con las obligaciones y compromisos que se establecen en el presente contrato.

**CAMBIO DEL TERMINACIÓN,
CANCELACION, RESCISIÓN y SANCIONES**

III.A. CAMBIO DEL VEHÍCULO. "El integrante" que esté al corriente en sus pagos, podrá solicitar a "el proveedor" cuando menos diez días antes de su siguiente Reunión mensual de Adjudicación, el cambio del vehículo contratado. En caso de aceptación de "el proveedor", "el integrante" previo abono o pago de las diferencias a su favor o en su contra, deberá continuar pagando las cuotas

mensuales totales del nuevo vehículo contratado. Si "el integrante" cancela o se le rescinde su contrato dentro de los seis meses siguientes a que se efectuó el cambio, la sanción prevista en el capítulo III.D. se calculará sobre el vehículo anterior a su cambio.

III.B. CESIÓN DE DERECHOS. "El integrante" que esté al corriente en el pago de sus cuotas mensuales totales, podrá ceder los derechos y obligaciones del presente contrato, debiendo el cesionario cubrir a "el proveedor" la inscripción que se encuentre vigente al momento de la cesión de derechos. La solicitud deberá presentarse cuando menos diez días antes de su siguiente Reunión de Adjudicación y "el proveedor" deberá comunicar dentro de los diez días naturales siguientes a la recepción de la solicitud, su aceptación o rechazo. De no hacerlo la cesión de derechos se tendrá por aceptada. "El proveedor" no tendrá responsabilidad alguna por: los arreglos económicos, forma de pago entre cedente y cesionario o pago de los impuestos que dicha operación pueda causar.

III.C. TERMINACIÓN. "El consumidor" podrá, mediante escrito, cancelar este contrato de adhesión dentro de los cinco días hábiles siguientes a la contratación, 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, salvo que dentro de ese período "el consumidor" participe en una Reunión de Adjudicación.

III.D. CANCELACIÓN. "El consumidor" no adjudicado podrá cancelar anticipadamente este contrato de adhesión. En este caso, "el proveedor" le devolverá, en un plazo máximo de treinta días naturales siguientes a la notificación, el monto total de las aportaciones mensuales pagadas por "el consumidor" a valor histórico menos la pena convencional, que es equivalente al importe de:

PLAZO CONTRATADO	PENA CONVENCIONAL A VALOR HISTÓRICO PROMEDIO
30 MESES	UNA APORTACIÓN
40 MESES	UNA Y MEDIA APORTACIONES
50 MESES	DOS APORTACIONES

III.E. RESCISIÓN. "El proveedor" podrá rescindir este contrato de adhesión, por la falta de pago de dos cuotas mensuales totales en su conjunto, por parte de "el consumidor". En este caso, "el proveedor" le devolverá, en un plazo máximo de sesenta días naturales siguientes a la notificación, el monto total de las aportaciones mensuales pagadas por "el consumidor" a valor histórico menos la pena convencional, equivalente al importe de las aportaciones señaladas en el inciso anterior.

Cuando se cancele o rescinda este contrato de adhesión y "el proveedor" no devuelva el dinero a "el consumidor" dentro de los plazos previstos para cada caso, "el proveedor" deberá pagarle a "el consumidor" un interés moratoria calculado sobre la cantidad a devolver sobre el número



de días que transcurran entre la fecha en que debió devolverse el dinero y la fecha en que se realice el pago). Dicho interés será el mismo que aplique "el proveedor" en el período por mora en el pago de las cuotas mensuales totales de "el consumidor" adjudicado.

111.F. INCUMPLIMIENTO DE "EL ADJUDICADO". En caso de que "el adjudicado" deje de cubrir dos cuotas mensuales totales en su conjunto, "el proveedor" podrá dar por vencido de inmediato el total de las cuotas mensuales adeudadas por "el adjudicado" y ejercitar la acción que estime conveniente en contra de éste y de su aval, a fin de lograr el pago total del adeudo. En esta circunstancia los pagos que realice "el adjudicado" se aplicarán en primer término a los gastos generados por las acciones ejercidas, pólizas de seguro vencidas, intereses moratorios y finalmente a las cuotas mensuales totales vencidas.

III.G. RECARGO POR MORA. "El proveedor" cobrará a "el adjudicatario" o a "el adjudicado" que incurra en atraso, una tasa igual al doble de la de CETES a 28 días vigente al momento del pago. La aceptación de pagos parciales por "el proveedor" no implica la condonación de intereses moratorios vencidos, ni la novación de las obligaciones pactadas en este contrato.

SEGUROS

IV.A. SEGURO DE VIDA E INCAPACIDAD PERMANENTE TOTAL. "El proveedor" contratará por cuenta y a nombre de "el consumidor", cuando éste sea una persona física, un seguro de vida e incapacidad permanente total, de conformidad con la legislación aplicable, que cubra al menos, en forma proporcional, el precio del vehículo objeto de este contrato de adhesión y cuyo destino preferente en su caso, sea cubrir las cuotas mensuales totales con vencimiento posterior a la fecha en que ocurra el siniestro.

El seguro de vida e incapacidad permanente total debe estar vigente a más tardar, a partir de la fecha del primer acto de adjudicación en que participe "el consumidor" y hasta la conclusión del plazo contratado o hasta que se finiquite la operación, lo que ocurra primero. En caso de que "el consumidor" sufra de incapacidad permanente total o fallezca durante la vigencia de este contrato de adhesión, se estará en lo siguiente:

1. Surtirá efecto la Adjudicación Directa en favor de "el integrante" o de sus beneficiarios, señalados en este contrato de adhesión.

2. Se liquidarán cuando menos las cuotas mensuales totales con vencimiento posterior a la fecha en que "el adjudicatario" o "el adjudicado" sufra de incapacidad permanente total o fallezca.

Si "el proveedor" omite contratar este seguro de vida e incapacidad permanente total, sin causa justificada,

deberá cubrir el costo de los intereses moratorios generados sobre dichas sumas, al tipo señalado en la cláusula III.G. de este contrato.

señalados, sin que pueda repercutir el costo de su omisión en el fondo común del grupo.

Cuando exista causa justificada que impida a "el proveedor" contratar este seguro, deberá notificar por escrito a "el consumidor" esta circunstancia, cuando menos diez días hábiles antes de la fecha en que se celebre el acto de adjudicación.

Lo anterior no aplicará, cuando en términos de la legislación en materia de seguros no proceda la reclamación del siniestro.

En caso de que "el consumidor" se atrase parcial o totalmente en el pago de su cuota mensual total, se suspenderá la protección de su seguro de vida e incapacidad permanente total y se reiniciará al ponerse al corriente. Si falleciera o se incapacitara estando atrasado parcial o totalmente en su pago mensual total, por ningún motivo tendrá derecho él o su beneficiario designado al beneficio correspondiente.

IV.B. SEGURO AUTOMOTRIZ. Para la entrega física o legal del vehículo objeto de este contrato de adhesión, "el consumidor" deberá contar con un seguro contra daños del mismo, con vigencia o prórroga obligatoria para todo el período en que se adeude parte del precio y cuyo destino preferente sea cubrir las cuotas mensuales totales posteriores a la fecha en que se verifique el siniestro.

Para tal propósito cuando "el consumidor" resulte adjudicatario, "el proveedor" le ofrecerá tres opciones distintas, a tarifas competitivas que reflejen las condiciones del mercado, y contratará el seguro contra daños, a nombre y por cuenta de "el consumidor", con la Institución de seguros que éste elija previamente por escrito, en cuyo caso "el proveedor" puede incorporar las parcialidades del importe de dicho seguro a las cuotas mensuales totales.

Cuando "el adjudicatario" decida que se modifiquen las características del Seguro Automotriz de cobertura amplia a contratar, con el fin de proteger accesorios, equipos adicionales instalados y otros, deberá comunicarlo por escrito a "el proveedor", para que éste le cotice y le cobre lo adicional. El mismo procedimiento se realizará cuando el vehículo sea utilizado para funciones distintas a las de servicio particular.

En caso de que "el consumidor" no cubra el seguro contra daños o cualesquiera de las prórrogas obligatorias, se suspenderá la protección del seguro y esta se reiniciará al momento en que se ponga al corriente en el pago de las primas respectivas. En caso de que "el proveedor" cubriera el costo de las primas, a efecto de mantener asegurado el vehículo, "el consumidor" estará obligado a pagar las cantidades erogadas por "el proveedor", incluyendo los intereses moratorios generados sobre dichas sumas, al tipo señalado en la cláusula III.G. de este contrato.



ADJUDICACIONES

V.A. REUNIONES DE ADJUDICACIÓN. En cada acto de adjudicación, "el proveedor" debe adjudicar, cuando menos un vehículo objeto del sistema de autofinanciamiento. Dicha adjudicación mínima debe realizarse por procedimientos distintos a la adjudicación directa y subasta. Cuando los recursos del grupo no sean suficientes, "el proveedor" debe aportar el capital necesario para realizar la adjudicación mínima, y esa cantidad le será restituida a valor presente, de las cuotas mensuales totales que paguen "los consumidores" en el período siguiente, siempre y cuando existan recursos suficientes, una vez que se realice la adjudicación mínima correspondiente. "El proveedor" celebrará mensualmente una Reunión de Adjudicación, notificando previamente a los integrantes del grupo, el lugar, fecha y hora a través de: un calendario anual de Reuniones renovable a su vencimiento así como, en el periódico en el que se publiquen los resultados de adjudicación mensual y el valor de la cuota mensual total. En la Reunión sólo participarán "los integrantes" del grupo que se encuentren al corriente en el pago de sus cuotas mensuales totales y se determinará su derecho para adjudicarse los vehículos nuevos contratados por los procedimientos de: Adjudicación Obligatoria o Adjudicación Directa. Las adjudicaciones que se realicen serán constatadas mediante fe de hechos de un fedatario público.

1. ADJUDICACIÓN OBLIGATORIA. Por este procedimiento se realizará la adjudicación mínima, adjudicando a cada integrante que con el pago de sus cuotas mensuales totales puntuales y/o anticipados, no considerando sus pagos impuntuales, acumule el siguiente número de pagos a la fecha de la Reunión:

CUOTAS PAGADAS	PLAZO: 30 MESES	PLAZO: 40 MESES	PLAZO: 50 MESES
PRIMERA	1	1	1
PUNTALES Y/O ANTI-CIPADAS	6	8	10
TOTAL PARA ADJUDICACIÓN	7	9	11

De no existir algún integrante que acumule los pagos referidos, la adjudicación mínima mensual se otorgará a favor de "el integrante" que acumule hasta un día antes de la fecha de la Reunión el mayor porcentaje con sus cuotas mensuales totales pagadas en el grupo. Cuando dos o más integrantes resulten empatados mediante los procedimientos aplicables, la adjudicación se realizará atendiendo al procedimiento siguiente: la adjudicación se otorgará a "el integrante" cuyo número de contrato sea menor.

2. ADJUDICACIÓN DIRECTA. En caso de fallecimiento de "el consumidor" o incapacidad permanente total, surtirá efecto la adjudicación directa a los beneficiarios que "el consumidor" señale en este contrato de adhesión.

V.B. AVISO DE ADJUDICACIÓN. "El proveedor" notificará la adjudicación a "el integrante" que resulte "adjudicatario", dentro de los tres días hábiles siguientes a la Reunión de Adjudicación, personalmente o a través de telegrama con acuse de recibo y publicación en un diario de circulación nacional.

"El adjudicatario" tendrá derecho a rechazar la adjudicación dentro de los cinco días hábiles siguientes a la notificación, señalándose que de no recibir indicación alguna dentro de dicho plazo, "el proveedor" tendrá por aceptado el derecho a la adjudicación. Si el rechazo procede, "el adjudicatario" regresará a su calidad de "integrante" y su monto adjudicado se conservará en el fondo común del grupo para aplicarse en las siguientes adjudicaciones.

V.C. FONDO DE RESERVA. "El proveedor" establece su obligación de financiar al grupo lo necesario para alcanzar el cumplimiento de las obligaciones pactadas en este contrato. Este financiamiento será recuperado a valor presente por "el proveedor" de las cuotas periódicas totales que paguen los consumidores en el mes o meses siguientes.

ENTREGA DEL BIEN

VI.A. GARANTÍAS y REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DEL VEHÍCULO CONTRATADO. Para la investigación y aprobación de la adquisición del vehículo contratado "el adjudicatario" deberá satisfacer ante "el proveedor" todo lo siguiente:

1. Demostrar fehacientemente su solvencia económica, lo que consiste primordialmente en que perciba un ingreso mensual de por lo menos dos y media veces el importe de su cuota mensual total.

2. Otorgar un aval propietario único de un inmueble inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, libre de gravamen, presentando la documentación actualizada que lo demuestre. El valor del inmueble deberá garantizar por lo menos tres veces el adeudo de "el adjudicado" al momento de la entrega del vehículo.

Con la documentación completa recibida por "el proveedor", se iniciará la investigación correspondiente notificando a "el adjudicatario" en su caso, el cumplimiento de las garantías y requisitos, así como la aprobación de la adquisición del vehículo contratado en un plazo no mayor de quince días; en caso de que "el adjudicatario" no satisfaga los requisitos y/o las garantías, "el proveedor" se lo notificará personalmente o por escrito, en un plazo no mayor a diez días naturales contados a partir de que "el proveedor" recibió la documentación completa.



VI.B PLAZO DE ENTREGA DEL VEHÍCULO. Cuando "el consumidor" sea "adjudicatario", "el proveedor" le entregará el vehículo contratado, dentro de los veinticinco días naturales posteriores al cumplimiento de las garantías y requisitos señalados en este contrato de adhesión en el color o colores disponibles, dicho vehículo será del año modelo vigente al momento de la adjudicación, y se adquirirá en la distribuidora que elija "el proveedor" y su entrega se efectuará en las instalaciones de "el proveedor" o de la distribuidora

El plazo de entrega estipulado se ampliará sin ningún tipo de sanción "el proveedor" cuando "el adjudicatario" lo convenga por escrito dentro de los veinticinco días señalados por solicitar a "el proveedor", cambio de: año, modelo, marca, tipo, o características del vehículo originalmente contratado o insistencia en un color o colores determinados, conviniendo ambas partes por escrito el plazo de espera necesario para ello.

De no cumplirse lo anterior por causas imputables a "el proveedor", "el adjudicatario" puede optar por:

1. Esperar tanto tiempo como sea necesario, en cuyo caso, "el proveedor" se obliga a absorber los incrementos en el precio del vehículo y a pagar a "el adjudicatario", el importe de la pena convencional señalada en el inciso 111.0. a valor histórico promedio. En este caso, "el adjudicatario" puede solicitar a "el proveedor" que adquiera el vehículo con otro suministrador que lo tenga disponible. De obtenerse algún descuento en esta transacción, de manera que el importe a pagar sea inferior al precio actualizado del vehículo, "el proveedor" aplicará la diferencia al pago de las cuotas mensuales totales que adeude "el adjudicatario".

2. Rescindir este contrato de adhesión, obligándose "el proveedor" a devolver a "el adjudicatario", dentro de los diez días naturales posteriores a la notificación, el valor presente del total de los pagos realizados por "el consumidor", incluida la cuota de inscripción, si la hubiere, más el importe de la pena convencional que se menciona en el capítulo 111.0. a valor histórico promedio.

3. En caso de que "el adjudicatario" se negase a recibir la unidad contratada y confirmada mediante el formato denominado Confirmación de Pedido, deberá cubrir a "el proveedor" por concepto de pena convencional el 10% del valor del vehículo elegido a la fecha de la entrega, corriendo a su cargo los incrementos que pudiese llegar a tener éste, en terminas de lo señalado en la cláusula 111.A. y VI.C. del presente contrato.

VI.C. PAGOS A LA ENTREGA DEL VEHÍCULO. "El adjudicatario" deberá pagar al recibir su vehículo lo siguiente:

1. La diferencia a su cargo por cambio de: características, accesorios, color, año, tipo, modelo o marca. Si la diferencia fuera a su favor se aplicará a

_____ s_US_ú_tí_m_as_c_uo_ta_s_m_e_n_s_u_a_l_e_s_to_ta_l_e_s_e_n_s_e_n_t_ido

inverso.

2. Las cuotas mensuales totales o porciones que estuviesen vencidas.
3. La prima anual del Seguro Automotriz de cobertura amplia.
4. Placas, tenencia, permiso, verificación y otros impuestos.

VI.D. FIRMA DE DOCUMENTACIÓN. "El adjudicado" y su aval se obligan a firmar: los pagarés que garantizan el pago de las cuotas mensuales totales pendientes y las renovaciones anuales subsecuentes del seguro automotriz, el contrato de prenda en el que se designa, como depositario a "el adjudicado" y el recibo del vehículo además, "el adjudicado" endosará la factura de su vehículo. "El adjudicado" recibirá con su vehículo: factura, manual del usuario, póliza de servicio y garantía del vehículo, así como la póliza del seguro automotriz y su instructivo. La factura, pagarés y contrato de prenda firmados, se le entregarán cuando liquide el saldo total de su adeudo.

CASOS FORTUITOS Y/O CAUSAS DE FUERZA MAYOR

VII.A. IMPEDIMENTOS. "El proveedor" de ninguna manera será responsable por el rechazo o falta de cumplimiento a las obligaciones que asume en el presente contrato, cuando éstos se deriven de caso fortuito o causas de fuerza mayor, incluyendo huelgas y conflictos laborales dentro de su empresa y/o sus proveedores. Subsanao el impedimento, "el proveedor" contará con veinticinco días para cumplir con sus obligaciones.

VII.B. SUSPENSIÓN DE PRODUCCIÓN DEL VEHÍCULO. En el caso de que el vehículo contratado no se siga produciendo, "el proveedor" lo comunicará a todos "los consumidores" involucrados, a través de la publicación mensual de resultados dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que tenga conocimiento de la suspensión, para que acuerden la sustitución por otro vehículo. El mismo procedimiento se podrá seguir cuando la falta de suministro del vehículo contratado sea por caso fortuito o fuerza mayor.

VII.C. FUSIÓN DE GRUPOS. Si por cobranza insuficiente o por una gran deserción hubiere en el fondo común del grupo un alto déficit, "el proveedor" podrá fusionarlo con otro u otros grupos que se encuentren en circunstancias similares, bajo la condición de no ampliar el plazo ni incrementar el número original de "los consumidores" del grupo, disminuyendo "los adjudicatarios" obtenidos y con la obligación de comunicar por escrito, previo a la siguiente Reunión de Adjudicación mensual, el nuevo número y grupo en el que participarán en adelante cada uno de "los consumidores" reacomodados.



LIQUIDACIÓN DEL GRUPO

VIII. LIQUIDACIÓN. La liquidación del grupo se iniciará dentro de los sesenta días naturales siguientes al término de su vigencia y se determinará si existen en el fondo común del grupo remanentes a repartir, los cuales, se integran exclusivamente por la suma de las aportaciones aplicadas como pena convencional a "los integrantes" o a "los adjudicatarios" por concepto de cancelación o rescisión de su contrato, de acuerdo a lo dispuesto en las cláusulas 111.0. y III.E. Si hubiere remanentes, el 50% corresponderá a "los adjudicados" que hayan cubierto la totalidad de su adeudo y de repartirá en proporción a sus pagos puntuales y el otro 50%, a "el proveedor". Cuando "los adjudicados" previamente informados no acudan a recibir su monto correspondiente en un plazo de ciento ochenta días siguientes a la liquidación de su grupo, se entenderá que renuncian al mismo y las cantidades que resultan serán repartidas en partes iguales entre "los adjudicados" del grupo que sí hayan acudido a recibirlo.

NOTIFICACIONES Y COMPETENCIA

IX.A. NOTIFICACIONES. Todas las notificaciones entre las partes deben hacerse por escrito y realizarse en los domicilios que las mismas señalen en este contrato de adhesión. Ambas partes se comprometen a notificarse en forma indubitable cualquier cambio posterior. Cualquier notificación que se realice al domicilio registrado, será válida y surtirá efectos legales.

"El proveedor" se compromete a contestar por escrito a "el consumidor", en un plazo máximo de diez días hábiles, todas las dudas que éste le formule, respecto a los términos y condiciones del contrato de adhesión o de la mecánica o viabilidad financiera del sistema de autofinanciamiento.

"El proveedor" no será responsable por la demora de notificaciones efectuadas por correo o por alteraciones

en el texto de telegramas o avisos, salvo que le sean imputables.

IX.B. COMPETENCIA. Las controversias que resulten con motivo de la interpretación del presente contrato serán resueltas por la Procuraduría Federal del Consumidor, en base a lo estipulado en el artículo 3 del Reglamento de Sistemas de Comercialización Mediante la Integración de Grupos de Consumidores.

IX.C. JURISDICCión. Las partes se someten expresamente a la competencia de la Procuraduría Federal del Consumidor y jurisdicción de los Tribunales de la Ciudad de México, Distrito Federal, renunciando a todo otro fuero que en razón de su domicilio presente o futuro les pudiese corresponder ■ — " "

"EN TÉRMINOS DE LA LEGISLACIÓN APLICABLE, LAS OPERACIONES Y OBLIGACIONES DERIVADAS DE ESTE CONTRATO DE ADHESIÓN SON RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL PROVEEDOR Y DE LOS CONSUMIDORES, Y SU CUMPLIMIENTO, DE NINGUNA MANERA ESTÁ GARANTIZADO NI RESPALDADO ECONÓMICAMENTE POR EL GOBIERNO FEDERAL, NI POR PERSONA DE DERECHO PÚBLICO ALGUNA, NI POR LA INSTITUCIÓN FIDUCIARIA QUE PRESTA EL SERVICIO DE FIDEICOMISO PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS DEL GRUPO, NI POR LAS INSTITUCIONES BANCARIAS QUE RECIBEN LOS PAGOS DE LOS CONSUMIDORES."

El modelo de este contrato de adhesión está registrado en la Procuraduría Federal del Consumidor bajo el número 39756; libro 1°, volumen 13°, fojas 28 de fecha 22 de noviembre de 2000, por lo que cualquier discrepancia entre el texto de éste y del modelo registrado en la Procuraduría, se tendrá por no puesta, sin menoscabo de las sanciones que correspondan. Así mismo se sujeta a lo ordenado en la Norma Oficial Mexicana vigente, emitida por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Por favor, antes de firmar el presente contrato, lea cuidadosamente cada uno de los capítulos.

"El Consumidor"

"El Proveedor"