

Tema 10

Los contratos



Objetivo general:

Reflexionar sobre la importancia que tienen los contratos de compraventa o contratación de un servicio para lograr condiciones de equidad entre las partes que se comprometen en él, para fomentar así la prevención antes de realizar una compra.

Objetivos específicos:

- Comprender qué son los contratos y cómo pueden beneficiar a quienes se comprometen.
- Identificar las cláusulas que sean abusivas para los consumidores.

Introducción

Todo el tiempo las personas estamos realizando acuerdos, incluyendo aquello que respaldan una compra o la contratación de un servicio; sin embargo, es común que las personas no revisen a detalle las condiciones que establece un contrato, lo cual trae como resultado que los compradores no tengan certeza de lo que se están comprometiéndose a cumplir, ni de las condiciones de venta o contratación a las que se están sujetando.

Por ello, uno de los propósitos de la educación para el consumo es precisamente hacer reflexionar al consumidor de la importancia que tiene conocer un contrato antes de firmarlo, y en caso de incumplimiento iniciar acciones legales.

Un contrato permite establecer condiciones de equidad para el consumidor y el proveedor o prestador del servicio, pero esto no siempre es así, y ocurren eventos inesperados para quien compra algún bien o contrata algún servicio, debido a que no lee o no comprende ciertas cláusulas que pueden resultar engañosas o abusivas por parte de los proveedores de bienes y servicios.

Todo consumidor debe realizar una lectura cuidadosa del contrato, aclarar sus dudas con el proveedor o con un especialista para entender los términos en los que se estipula la negociación de compraventa, "porque el papelito habla" y lo que no se encuentre establecido en el contrato no existe.

Desarrollo del tema

El contrato es tan antiguo como la humanidad misma, surgió de manera natural y espontánea desde el momento en el que se da el contacto del hombre con sus semejantes para la satisfacción de necesidades y la obtención de ventajas y beneficios para quienes lo realizan. De acuerdo con la definición de la Real Academia Española, contrato (del lat. *contractus*) es un pacto o convenio, oral o escrito, entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada, y a cuyo cumplimiento pueden ser compelidas. También es el documento que recoge las condiciones de un convenio. Sin embargo, fue hasta la época de los romanos en que se reguló, de una forma más formal, lo que es un contrato, debido a que el mero acuerdo de voluntades o pacto no es suficiente para crear obligaciones. Los juristas romanos lo conceptualizaron como "el acuerdo de voluntades entre dos o más personas, reconocido y amparado por el *Ius civile* dirigido a constituir una relación jurídica obligatoria, el cual no suponía necesariamente un acuerdo de voluntades o *consensus*".

Además, tanto la voluntad de las partes como la causa del acuerdo debieron observar distintas formalidades que dieron origen a "obligaciones civiles exigibles por el simple acuerdo de voluntades, según el principio de "consensus fiunt obligationes" (el consentimiento genera las obligaciones), con lo que nos hallamos ante el verdadero antecedente de los contratos consensuales", estas formalidades le daban más fuerza al consentimiento de ambas partes y disminuían los pleitos.

Para que el acuerdo de voluntades o contrato exista debe tener ciertos elementos que se dividen en dos categorías: 1) de existencia, porque si llega a faltar alguno de ellos el contrato no existe; y 2) de validez, que son aquellos que la ley requiere para que sea válido.

Contratos de adhesión

De conformidad con el artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato; es decir, que el consumidor no puede participar en la elaboración o modificación de las cláusulas que conforman el contrato.

En nuestro país, para que los contratos de adhesión sean válidos, deberán estar escritos en idioma español y sus caracteres tendrán

que ser legibles a simple vista y en un tamaño y tipo de letra uniforme. Además, no podrá implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de la ley.

Registro obligatorio de contratos de adhesión

La Secretaría de Economía, mediante Normas Oficiales Mexicanas, podrá sujetar contratos de adhesión a registro previo ante la Procuraduría Federal del Consumidor cuando impliquen o puedan implicar prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o altas probabilidades de incumplimiento. Las normas podrán referirse a cualesquiera términos y condiciones, excepto precio. 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 que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento de los mismos. Asimismo, deberán señalar el número de registro otorgado por Profeco.

Es importante señalar que en caso de que exista alguna diferencia entre el texto del contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor y el utilizado por los proveedores en perjuicio de los consumidores, dicha diferencia se tendrá por no puesta en el contrato y por lo tanto no surtirá ningún efecto en perjuicio del consumidor.

En el caso de los contratos de adhesión que requieren de registro previo ante la Procuraduría, los proveedores deberán presentarlos ante la misma antes de su utilización y ésta se limitará a verificar que los modelos se ajusten a lo que disponga la norma correspondiente y a las disposiciones de esta ley, y emitirá su resolución dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación de la solicitud de registro. Transcurrido dicho plazo, sin haberse emitido la resolución correspondiente, los modelos se entenderán aprobados y será obligación de la Procuraduría registrarlos, quedando en su caso como prueba de inscripción la solicitud de registro. Para la modificación de las obligaciones o condiciones de los contratos que requieran de registro previo será indispensable solicitar la modificación del registro ante Profeco, la cual se tramitará en los términos antes señalados.

Los contratos que deban registrarse conforme a esta ley, las Normas Oficiales Mexicanas y demás disposiciones aplicables, y no se registren, así como aquellos cuyo registro sea negado por la Procuraduría, no producirán efectos contra el consumidor.

Profeco podrá publicar en el Diario Oficial de la Federación el modelo de aquellos contratos que deban ser registrados, a fin de que los proveedores puedan utilizarlos. En tales casos, el proveedor únicamente dará aviso a la Procuraduría sobre la adopción del modelo de contrato para efectos de registro.

Cuando el proveedor haya dado aviso a la Procuraduría para adoptar un contrato conforme al modelo publicado, no podrá modificarlo ni incluir otras cláusulas o excepciones a su aplicación, sin haber solicitado su registro ante Profeco. En caso de no hacerlo, dichas modificaciones, adiciones o excepciones se tendrán por no puestas.

Cuando el contrato de adhesión de un proveedor contenga variaciones respecto del modelo de contrato publicado por la Procuraduría a que se refiere el artículo anterior, el proveedor deberá solicitar su registro.

Profeco, en la tramitación del registro de modelos de contratos de adhesión, podrá requerir al proveedor la aportación de información de carácter comercial necesaria para conocer la naturaleza del acto objeto del contrato, siempre y cuando no se trate de información confidencial o sea parte de secretos industriales o comerciales.

Registro voluntario de contratos de adhesión

El hecho de que no todos los contratos sean de registro obligatorio ante la Procuraduría, no implica que los mismos puedan contener cláusulas o disposiciones que sean abusivas, inequitativas o desproporcionadas en perjuicio de los consumidores.

Para evitar este tipo de prácticas, los proveedores que estén interesados en que la Procuraduría Federal del Consumidor revise, y en su caso apruebe, los contratos de adhesión que utilizan en sus operaciones, podrán inscribir voluntariamente sus modelos de contrato aunque no requieran registro previo, siempre y cuando la Procuraduría estime que sus efectos no lesionan el interés de los consumidores y que su texto se apegue a lo dispuesto por esta ley.

Servicios adicionales

En los contratos de adhesión de prestación de servicios deben incluirse por escrito o por vía electrónica los servicios adicionales, especiales o conexos que pueda solicitar el consumidor de forma opcional por conducto y medio del servicio básico. El proveedor sólo podrá prestar un servicio adicional o conexo no previsto en el contrato original si cuenta con el consentimiento expreso del consumidor, ya sea por escrito o por vía electrónica.

Derechos del consumidor al suscribir contratos de adhesión
De conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en los contratos de adhesión de prestación de servicios, el consumidor gozará de las siguientes prerrogativas:

- I. Adquirir o no la prestación de servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico;
- II. Contratar la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos con el proveedor que elija;
- III. Dar por terminada la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico en el momen-

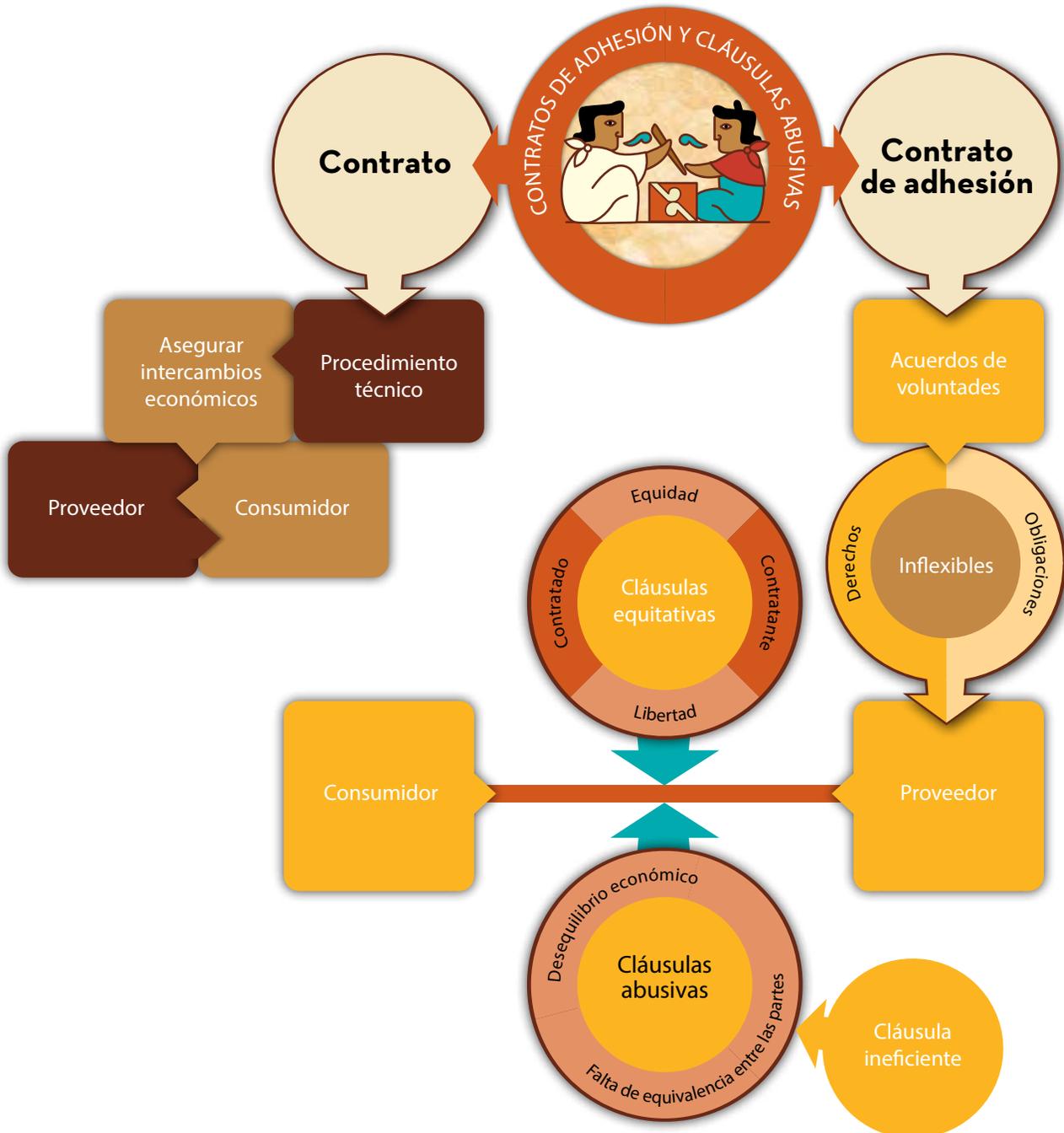
to que lo manifieste de manera expresa al proveedor, sin que ello implique que proceda la suspensión o la cancelación de la prestación del servicio básico. El consumidor sólo podrá hacer uso de esta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo pactado; y

- IV. Las demás prerrogativas que señalen ésta y otras leyes o reglamentos.

El consumidor gozará de las anteriores prerrogativas aun cuando no hubieren sido incluidas de manera expresa en el clausulado del contrato de adhesión de que se trate.

Cláusulas que no son válidas:
De conformidad con las disposiciones de la Ley de la materia, no serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:

- I. Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;
- II. Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;
- III. Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;



- IV. Prevenga términos de prescripción inferiores a los legales;
- V. Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y
- VI. Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros.

Cuando con posterioridad al registro de un contrato de adhesión, se aprecie que el mismo contiene cláusulas que sean contrarias a esta ley o a las Normas Oficiales Mexicanas, la Procuraduría, de oficio o a petición de cualquier persona interesada, procederá a la cancelación del registro correspondiente.

Criterios para identificar cláusulas abusivas:

Ser contrarias o evasivas de disposiciones legales:

- Recabar firma de autorización del consumidor o usuario para recibir publicidad o utilizar sus datos personales para efectos publicitarios.
- Contratos vinculantes entre dos o más proveedores, en que uno es quien aparece mientras el otro evade su responsabilidad en caso de incumplimiento.
- Negativa ficticia en las solicitudes de aclaración de cargos en el estado de cuenta bancario cuando no se resuelva en el término legal de 45 días hábiles.

Ser contrarias a los principios generales en materia de contratos de adhesión:

- Ser contrarias al orden e interés público.
- Ser contrarias al libre albedrío del consumidor para celebrar una relación de consumo.

- Ser contraria al acceso expedito a instituciones protectoras de los derechos de los consumidores.

Que provoquen confusión en el público consumidor. Es el caso de la denominación de un tipo de contrato cuando en realidad se trata de otro que arroje consecuencias distintas a las propias del contrato en cuestión, por ejemplo, que se contrate un tiempo compartido y se presente como hospedaje.

Que sean desproporcionadas las obligaciones entre las partes. Cuando es excesiva la carga al consumidor para cumplir sus obligaciones contractuales, por ejemplo, exigir la firma de un pagaré como garantía de cumplimiento con el monto total del contrato.

Que sean inequitativas las obligaciones entre las partes. Se presenta cuando hay trato desigual entre las partes en situaciones similares. Por ejemplo, plazo distinto de cumplimiento, porcentajes diferentes por concepto de pena convencional, aceptación tácita por transcurrir tiempo determinado y no rechazar de manera expresa un servicio que primeramente se ofrece gratis.

Otros criterios para identificar las cláusulas abusivas son:

- Existencia del binomio publicidad engañosa-esquema agresivo de ventas.
- Existencia de beneficio económico excesivos del proveedor.

Finalmente, un contrato es un acuerdo legal entre dos o más personas en el que se describen los términos del acuerdo y puede ser verbal o escrito, aunque lo más recomendable es

hacerlo por escrito. Por ende, los contratos son parte de nuestra vida cotidiana pues los encontramos en casi todo lo que se compra, vende, presta, alquila, repara o intercambia.

Para evitar sorpresas con los contratos te recomendamos poner en práctica:

- Comparar antes de tomar adquirir algún bien o servicio para tomar la mejor decisión.
- Leer el contrato cuidadosamente, comprenderlo y solicitar ayuda si es necesario.
- No confiar en promesas verbales, todo lo prometido debe estar por escrito en el contrato.
- No firmar ningún contrato hasta que todos los espacios en blanco estén llenos.
- Asegurarse de guardar una copia del contrato.
- No precipitarse a firmar, tú tienes la decisión final.

Palabras clave:

Acuerdo: Resolución judicial que atiende una petición formulada por escrito, la cual trae consigo consecuencias dentro del procedimiento respectivo.

Compeler: Obligar a alguien, con fuerza o por autoridad, a que haga lo que no quiere.

Implicar: Envolver, enredar.

Consensual: Acto jurídico que no requiere forma especial legalmente.

Devenir: Proceso mediante el cual algo se hace o llega a ser.

Contractual: Referente a un contrato.

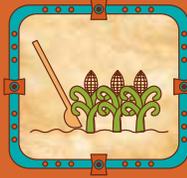
Vinculante: Que está sujeto a un obligación.

Voluntad: Es el elemento esencial del acto jurídico sin el cual éste no tiene existencia.

Actividades por perfil



Título: Xóchitl hizo una promesa
Perfil:
Preescolar y Primaria 1
Tiempo: 60 minutos



Propósito del aprendizaje:
Comprender que una promesa es un compromiso de hacer algo



Materiales:
• Hojas de rotafolio y de reuso, marcadores de colores. Ilustraciones (Ver anexo)



Desarrollo

Para iniciar el promotor preguntará ¿saben qué es una promesa? y dejará que los niños que así lo deseen expresen sus ideas, después les dirá: “Una promesa es asegurar que cumpliremos lo ofrecido, ¿quién de ustedes ha hecho una promesa?, ¿cuál?, ¿la ha cumplido?”, y los niños contestarán.

Les voy a contar la historia de Xóchitl, quien tenía una promesa.

Xóchitl era una jovencita que ayudaba a su mamá a hacer galletas para venderlas y poder comprar las cosas que le pedían en la escuela. Un día su mamá se dio cuenta de que Xóchitl ya podía preparar la masa para las galletas sin su ayuda, así que le encargó que con mucho

cuidado agregar a todos los ingredientes, mientras ella iba a comprar unos canastos para poner las galletas que saldría a vender. Xóchitl se hizo cargo de preparar la masa, sólo que no recordaba bien la cantidad de nueces que debía poner a las galletas, así que pensó “será mejor no ponerle nueces, porque ya no me acuerdo cuántas tenía que poner”.

Cuando su mamá regresó le preguntó a su hija si había preparado la masa como le había dicho, y Xóchitl pensó “si mi mami se da cuenta que no hice las cosas como ella me dijo, seguramente ya no dejará que le ayude”, así que Xóchitl no le dijo que no le había puesto nueces a las galletas. La mamá las horneó y las vendió sin ningún problema, pero al día siguiente llegó una señora muy disgustada preguntando por la mamá de Xóchitl, por eso ella le preguntó “¿puedo ayudarle en algo?” a lo que la señora respondió “no señorita, vengo a que tu mamá me explique por qué me vendió galletas de nueces que no tienen nueces”, entonces Xóchitl le explicó a la señora que ella era la responsable de no poner nueces a las galletas, y que su

mamá no sabía nada, y le pidió una disculpa prometiéndole no volver a hacer algo así, y decirle a su mamá la verdad.

El promotor preguntará ¿qué creen que hizo Xóchitl?, ¿realmente habrá cumplido su promesa?, ¿qué hubieran hecho ustedes?, los niños expresarán sus ideas, y a partir de ellas señalará:

a) cuando una persona hace una promesa es importante cumplirla;

b) cuando no cumplimos una promesa, después los demás lo sabrán;

c) ¿nos creerán si volvemos a prometer algo?

Luego preguntará ¿cómo se habrá sentido la señora que creyó que las galletas tenían nueces, al darse cuenta que no tenían ninguna?, los niños expresarán lo que piensan y preguntará ¿a ustedes les ha pasado que han comprado algo que no traía o no era como les habían dicho?, ¿cómo se sintieron?, los niños hablarán y el promotor tomará nota y elaborará una pequeña conclusión que señale “cuando la gente vende o compra algo es muy importante que diga siempre la verdad, y que cumpla lo que ofrece, es decir, que cumpla su promesa”.



Preguntas de reflexión:

- ¿Qué relación hay entre una promesa y el compromiso de un contrato?
- ¿Por qué enseñarles a los niños de tres a siete años la importancia de una promesa?
- ¿Cómo pueden los niños entender la importancia de establecer acuerdos entre alguien que vende y alguien que compra algo?
- ¿Por qué es importante enseñar a los niños la importancia de cumplir una promesa?
- ¿Cuáles son los mensajes que pueden identificarse en la historia de Xóchitl?

Notas a considerar para desarrollar la actividad

- El grupo de niños comprenderá qué es una promesa, para posteriormente comprender qué es un compromiso, y luego qué es un contrato. Por ello, los niños de estas edades difícilmente comprenderán qué es un contrato.
- Pueden darse más ejemplos de situaciones en que el proveedor no cumple sus “promesas” pero cuidando hablar con un lenguaje fácil y claro.
- No debe decirse a los niños que deben cumplir una promesa para ser premiados, sólo señalar que no cumplir una promesa tiene consecuencias.



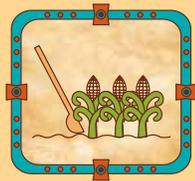
Cierre de la actividad:

Para finalizar, el promotor comentará a los niños que cuando una persona se compromete a algo es importante que lo cumpla, por ejemplo, cuando alguien vende algo, no puede “engañar” o “mentir” sobre lo que vende.

El promotor pedirá a los niños: “piensen qué pasa cuando no cumplimos nuestras promesas, ahora dibújenlo”, para ello les dará 20 minutos y luego colocará los dibujos en un lugar para que todos los miren, y pedirá que cada uno explique su dibujo.



Título: Pongamos reglas justas para todos
 Perfil: Primaria 2
 Tiempo: 60 minutos



Propósito del aprendizaje:
 Comprender que un contrato establece las reglas de la negociación para quienes lo firman



Materiales:
 • Hojas blancas y plumas o lápices.
 • Ilustraciones (Ver anexo)



Desarrollo:

1 El promotor le dice al grupo: fijense que me enteré de una noticia interesante y quiero contárselas; y leerá lo siguiente:

Una compañía fabricante de autos elaboró un nuevo modelo de coche que, por estar hecho casi todo a mano, ha tenido muchas ventas los últimos meses, hasta lo anuncian por la televisión con una frase que dice “tu auto hecho con el cuidado de nuestras manos”. ¿Qué les parece?

Pero hace poco salió una noticia en el periódico sobre estos coches, en la que decía que

uno de estos autos había chocado y que los especialistas habían encontrado que la causa del accidente se debía a un defecto en una de las piezas del motor. Así que se le exigió a la empresa que fabricó el auto que pagara los daños, aunque por fortuna nadie había salido lastimado. La compañía se negó a pagar y mostró el contrato que decía: “Nos comprometemos a elaborar cada pieza del auto con mucho cuidado, pero no nos hacemos responsables de algún defecto en ninguna pieza”.

El promotor preguntará ¿consideran que es justo lo que dice el contrato?, y participará quien así lo desee, a partir de las intervenciones el promotor terminará el relato.

La persona que compró el auto y tuvo el accidente decidió acudir a las autoridades y pedir que se revisara el contrato. Las autoridades dijeron que la compañía que fabricó y vendió

el auto NO debía poner esa regla (cláusula) en el contrato porque no era justa para quien lo adquiriera. Finalmente se le pidió a la compañía que pagara los daños al cliente que tuvo el accidente, y que quitara esa regla del contrato.

Al terminar el promotor preguntará, ¿fue adecuada la decisión de las autoridades?, ¿por qué?, y los miembros del grupo opinarán al respecto. Luego el promotor señalará que:

- a) existen empresas que elaboran contratos con ventaja para ellos;
- b) la mayoría de los contratos que se firman al acordar un servicio o producto los elaboran únicamente los proveedores, sin tomar en cuenta al cliente;
- c) por ello es necesario que las autoridades revisen que quien elabora sus contratos haga que sean justos para ambas partes.



Preguntas de reflexión:

- ¿Qué es un contrato?
- ¿Por qué las reglas del contrato deben ser claras?
- ¿Por qué las reglas del contrato deben ser justas para quienes lo firman?

deben ser justas para quienes lo firman?

- ¿Qué debe hacer una persona que va a comprar algo, antes de firmar el contrato?



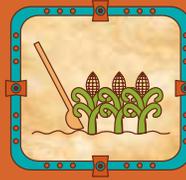
Cierre de la actividad:

El promotor pedirá al grupo que “elaboren un contrato” para identificar en qué debemos poner atención al firmar un contrato en la realidad. Para ello pedirá que piensen en algo que desean vender, luego formará

tres equipos, y cada uno determinará sobre qué producto de los que desean vender elaborarán un “contrato”. Para ello les dará 20 minutos. Cuando los equipos terminen el promotor les dirá que lean su contrato e identifiquen lo siguiente: ¿señala el nombre de quién vende y quién compra?, ¿indica el costo del producto?, ¿dice en cuánto tiempo se pagará?, ¿las reglas son razonables?, ¿son lo suficientemente claras para todos?, ¿son demasiadas?, ¿pueden ser cumplidas?, ¿pueden causar confusión? Finalmente, el promotor señalará la importancia de leer todo el contrato antes de firmarlo.



Título: Las quejas de todos los días
Perfil: Secundaria y Media superior
Tiempo: 60 minutos



Propósito del aprendizaje: Identificar las implicaciones que conlleva firmar un contrato de adhesión.



Materiales:

- Hojas de rotafolio
- Marcadores de colores
- Cinta adhesiva



Desarrollo:

El promotor dirá “La cuarta parte de las quejas que recibe Profeco es sobre servicios de telecomunicaciones, ¿lo sabían?, en especial de los proveedores de teléfono celular. Entre los motivos se encuentran la negativa de rescindir el contrato, corregir errores de cobro o denunciar problemas con los tiempos de entrega de lo ofrecido”. Luego preguntará ¿por qué

se reciben tantas quejas de los consumidores de este servicio?, ¿por qué los consumidores quieren cancelar el contrato?, y dos o tres participantes, luego les explicará: “Debido a que ciertos servicios como el teléfono se contratan por muchas personas, los proveedores que los proporcionan elaboran un contrato “igual” para todos sus clientes, a esos contratos se les llama de adhesión. Dichos contratos se elaboran previamente por el proveedor, sin que cada cliente que desea contratar el servicio pueda cambiarlo, pues sólo se le pide que lo lea y que si está de acuerdo lo firme” ¿ustedes han firmado este tipo de contratos?, ¿los han leído?, y comentarán al respecto.

Ahora comentará “Quiero compartir con ustedes una importante acción de Profeco que

protege a los consumidores usuarios de teléfonos celulares, se trata del logro que tuvo al registrar los contratos de adhesión de las compañías que proporcionan el servicio en México. ¿Por qué es importante el registro de los contratos por los cuales se contrata el servicio de telefonía celular?”, quien así lo desee podrá comentar y el promotor tomará nota de lo que vayan diciendo, para elaborar una conclusión que señale: a) los contratos de adhesión son elaborados previamente por el proveedor, por ello su elaboración representa ventajas para éste y desventajas para el cliente; b) para evitar abusos por parte de los proveedores es necesario que Profeco revise dichos contratos para proteger los derechos del consumidor.



Preguntas de reflexión:

- ¿Por qué contratar un servicio a partir de un contrato de adhesión?
- ¿Son necesarios los contratos de adhesión?
- ¿Los contratos de adhesión pueden llamarse legítimamente contratos?

Notas a considerar para desarrollar la actividad

El promotor deberá:

- El grupo de adolescentes (que cursan la secundaria) no contrata directamente el servicio, por ello es necesario preguntar respecto de la contratación que hacen sus padres o tutores, pero tanto el análisis cómo la investigación son pertinentes para ambos grupos.
- Los jóvenes de comunidades en pobreza o marginación probablemente no contarán con servicios de telefonía o de televisión por cable, por ello con estos grupos se sugiere realizar la actividad anterior (por su temática y sencillez).
- Se debe enfatizar al grupo que el consumidor debe leer siempre un contrato antes de firmarlo.
- Es importante señalar que ningún proveedor puede cohesionarnos para que se firme un contrato.



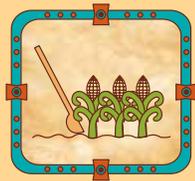
Cierre de la actividad:

El promotor pedirá que realicen una investigación respecto de los contratos de adhesión que han firmado sus familias, para ello les dirá:

“Es importante conocer qué contratos de adhesión han firmado nuestras familias, por ello les pediré que cuando lleguen a su casa pidan, a quienes viven con ustedes, que les muestren las copias de los contratos que actualmente tienen firmados, los revisarán e identificarán tres características que tengan en común (por ejemplo, puede ser el plazo de contratación, las condiciones para cancelar y el monto de penalización por cancelar antes de que termine dicho contrato); luego comenten las implicaciones de esas cláusulas y las razones de leerlas antes de firmar, cuénten lo que han aprendido en la sesión de hoy, y acuerden leer siempre un contrato antes de firmarlo para proteger los recursos de la familia.



Título: Un contrato de adhesión es...
 Perfil: Adultos y Adultos mayores
 Tiempo: 60 minutos



Propósito del aprendizaje:
 Comprender qué es un contrato de adhesión e implicaciones para el consumidor



Materiales:
 • Tarjetas media carta
 • Hojas de rotafolio
 • Marcadores de colores
 • Cinta adhesiva



Desarrollo:

Para iniciar el promotor preguntará, ¿quién de ustedes ha contratado un servicio últimamente?, ¿cuál?, ¿cuando contrataron dicho servicio firmaron un contrato?, ¿recuerdan qué decía?, y dos o tres miembros del grupo dirán algo de lo que recuerdan (probablemente no se acuerden literalmente de lo que decía el contrato, pero sí algunas condiciones o cláusulas). A partir de lo que expresen el promotor elaborará una conclusión que precise: a) probablemente no se lee en su totalidad, confiando en el prestador de servicios o en el vendedor; b) tal vez no se lee al momento de firmarlo, pero después tampoco.

Ahora preguntará ¿ustedes participaron en la elaboración del contrato?, es decir, ¿junto con el prestador de servicio decidieron que debía decir ese contrato?, ¿por qué?, y algunos

participantes comentarán; a partir de lo que expresen, el promotor tomará nota y elaborará una conclusión que señale: a) los contratos de los servicios que se contratan “masivamente”, es decir, por un gran número de personas, se elaboran con anticipación y quien los contrata no participa en dicha elaboración; b) las personas que contratan estos servicios “masivos” sólo pueden decidir si firman o no el contrato, pero no pueden cambiarlo; c) los contratos que están hechos por el proveedor con anticipación se llaman “contratos de adhesión”.

El promotor preguntará ¿cuáles son las implicaciones de que los contratos de adhesión se elaboren sin consultar al cliente?, mientras algunos participantes dan su opinión, el promotor tomará nota y elaborará una conclusión respecto del planteamiento, que precise: a) la elaboración por anticipado del contrato de adhesión por el proveedor representa una situación de desventaja para el cliente, pues se elabora a partir de los intereses del proveedor; b) la elaboración de los contratos de adhesión requiere de una estricta revisión por las autoridades para prevenir abusos hacia el consumidor.

Posteriormente preguntará al grupo ¿cuáles

son las alternativas del consumidor si el contrato de adhesión implica un abuso a sus derechos?, y dará la palabra a quien deseen participar y tomará nota de los comentarios.

A continuación preguntará ¿cuáles son las medidas que se pueden tomar ante la firma de un contrato de adhesión?, y tomará nota de las ideas que irán diciendo los participantes para elaborar una conclusión que señale:

- a) la importancia de leer el contrato;
- b) el derecho que tiene de solicitar al proveedor cualquier información adicional, o expresar sus dudas;
- c) inconformarse ante el proveedor por alguna condición que se establezca en el contrato y que atente contra sus intereses; y
- d) tiene la libertad de firmarlo o NO, e investigar otras opciones de proveedores para decidirse por la mejor opción.

A continuación el promotor precisará que “En el caso de que el contrato de adhesión implique la violación a los derechos del consumidor, éste puede recurrir a Profeco que es la instancia del gobierno federal que resguarda los derechos del consumidor”.



Preguntas de reflexión:

- ¿Qué servicios se contratan a partir de la firma de un contrato de adhesión?
- ¿Cuáles son las consecuencias

de los contratos de adhesión respecto de los derechos del consumidor?

- ¿Cuál es el proceso para inconformarse ante una violación a los derechos del consumidor, tras la firma de un contrato de adhesión?



Cierre de la actividad:

El promotor propondrá al grupo elaborar un “Decálogo antes de la firma de un contrato de adhesión”, para ello proporcionará tarjetas (media carta) y pedirá que escriban las diez reglas básicas que consideran imprescindibles antes de firmar un contrato, para ello les dará 15 minutos.

Al terminar preguntará “¿quién quiere compartir su decálogo con el grupo?” y permitirá que quien así lo decida realice sus comentarios al respecto. Finalmente, reiterará la importancia de seguir ese decálogo personal, que cada uno estableció, antes de decidir firmar o no un contrato.

Notas a considerar para desarrollar la actividad

El promotor deberá:

- Enfatizar al grupo que antes de firmar un contrato debemos revisar todo lo que dice, incluso las letras chiquitas y nadie debe presionarnos a firmarlo, mucho menos a impedirnos leerlo durante cierto tiempo, es decir, si tenemos dudas debemos preguntar para que nos aclaren y debemos tomarnos el tiempo que necesitamos para leerlo y si necesitamos que alguien más nos ayude a estudiarlo, lo podemos hacer.
- La elaboración del decálogo es personal debido a que de esa forma cada persona establecerá lo que le es importante de advertir antes de tomar una decisión y podrá comprometerse a seguirlo.
- Será importante que durante la discusión se comente con el grupo la importancia de advertir las desventajas que tiene el consumidor al firmar este tipo de contratos.
- Se debe precisar durante la discusión en el grupo que ningún proveedor puede cohesionar al consumidor para que firme un contrato.

Preguntas para el promotor, respecto de las cuales escribirá en su bitácora:

1. ¿Para qué sirve un contrato de adhesión?
2. ¿Cuáles son los beneficios de un contrato de adhesión para el consumidor?
3. ¿Cómo pueden ser detectadas por el consumidor las cláusulas abusivas en un contrato?
4. Como consumidores ¿qué podemos hacer para evitar las cláusulas abusivas?

Novedades:

En 2011 se inició un juicio de nulidad de cláusulas contra las empresas: Dish, Cablevisión y Sky, debido a que se encontraron cláusulas abusivas, inequitativas y desproporcionadas contra el consumidor, como son:

- Modificación unilateral del contrato sin previo aviso y sin sanción para el prestador del servicio.
- Cumplimiento de plazos forzosos para el consumidor.
- En el caso de Cablevisión el cambio del contrato fue con respecto al equipo, debido a que se cambió de comodato a renta, obligando al consumidor a pagar para no quedarse sin señal.
- Para Sky, si el consumidor decidía cambiar a un paquete de menor costo se le aplicaba una penalización.

En el caso de Sky los resultados obtenidos fueron una sentencia favorable a favor de Profeco pero la compañía apeló.

En el caso de Cablevisión la primera sentencia fue desfavorable, por lo que Profeco apeló consiguiendo un resultado favorable. No obstante, actualmente existe un amparo y aún no hay una sentencia favorable para el consumidor.

Material audiovisual

Pone en marcha Profeco el Registro de Contratos de Adhesión. El 6 de enero de 2010 Profeco dio inicio al programa de Registro de Contratos de Adhesión. Explicación de cómo los proveedores de bienes y servicios podrán realizar el trámite de registro de sus modelos de contratos de adhesión a través de cualquier computadora con conexión a internet. <https://www.youtube.com/watch?v=16v0NPeO4Q> (Duración 3:41)

- Brinda Profeco asesoría a comercios sobre contratos de adhesión. El contrato de adhesión es un documento elaborado 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. Se afirma que los contratos de adhesión son una obligación de los comercios. <http://www.youtube.com/watch?v=giiwrkWW-oY> (Duración:2:06)



Tecnología Doméstica Profeco (TDP)

El contrato es un convenio en el que se comprometen las partes que están involucradas. En éste quedan registradas las condiciones que los actores deberán cumplir, de acuerdo con el compromiso pactado.

Dentro de un grupo u organización de consumidores también existen compromisos que no sólo permitirán su desarrollo y el de sus integrantes, sino el cumplimiento de la meta en común que busca cumplir el grupo, donde todos ganan. Para lograrlo habrá ciertas condiciones que de no cumplirse pueden evitar lograr la meta, es decir, cumplir con el contrato pactado.

Las condiciones a cumplir serán las tareas que cada integrante debe realizar. Con la Tecnología Doméstica Profeco (TDP), el grupo puede distribuir las tareas necesarias para la elaboración de un producto con el cual pueden dar valor agregado a un alimento de su localidad, incluso pueden generar ingresos económicos. Para ello, es recomendable poner en papel el cuadro siguiente, donde aparecerá el nombre de cada integrante y la(s) tarea(s) a desempeñar, donde pueden registrarse todas las necesarias, con su firma a un lado; ésta última le dará seriedad y compromiso fiel para cumplir la meta.

TAREAS (ADECUAR CONFORME A LA TDP A REALIZAR)	ENCARGADO (S) DE LA TAREA (INTEGRANTES DEL GRUPO)	FIRMA (S)	FECHA O PERIODO DE EJECUCIÓN
1. Ubicación de proveedores de ingredientes (calidad y precio)			
2. Utensilios disponibles, y cómo conseguir los no disponibles (dónde se ubican y cómo poder conseguir los faltantes)			
3. Lugar donde se realizará la TDP (espacio con instalaciones adecuadas: área de trabajo, higiene, agua potable, luz, depósito de residuos, etc.)			
4. Preparación del área (espacio limpio, con los materiales necesarios)			
5. Lavado y selección de la fruta			
6. Desmondado (retirar cáscaras y semillas)			
7. Picado y licuado (de acuerdo con el producto a elaborar)			
8. Cocción (cumpliendo las condiciones de la técnica)			
9. Envasado (cumpliendo las condiciones de la técnica)			
10. Lavado de utensilios			
11. Limpieza del área			
12. Manejo adecuado de residuos			



Tecnología Doméstica Profeco (TDP)

Chicharrón de harina

SABOR
CHILE
Y LIMÓN



Ingredientes

- 3 tazas de harina de trigo
- $\frac{3}{4}$ de taza de agua purificada
- 1 cucharadita de sal
- $\frac{1}{4}$ de cucharadita de polvo para hornear
- $\frac{1}{2}$ litro de aceite vegetal para sazonar
- $\frac{1}{2}$ cucharadita de sal
- $\frac{1}{4}$ de cucharadita de ácido cítrico

Utensilios

- Rodillo o palote
- Tazón de vidrio o plástico
- Cacerola con capacidad de 1.5 litros
- Mortero con brazo (pistilo)

Procedimiento



1 Coloca la harina sobre una mesa o tabla de amasar. Haz un hueco en el centro para formar una especie de volcán o fuente. Adiciona la sal, el agua y el polvo para hornear.



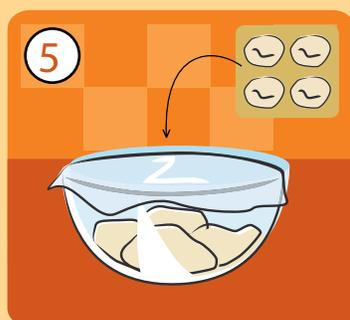
2 Comienza mezclando con los dedos; posteriormente, amasa con fuerza por cerca de 5 minutos.



3 Cuando la masa tenga una consistencia tal que se pueda estirar 10 centímetros sin romperse, deja reposar en un tazón cubierto con plástico para alimentos por 10 minutos.



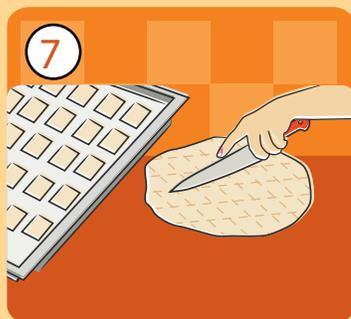
4 Transcurrido este tiempo, amasa de nueva cuenta por 5 minutos más.



5 Divide la masa en cuatro porciones iguales y reserva en el mismo tazón, cubierta con el plástico.



6 Toma las porciones de la masa y aplánalas con el rodillo hasta que tengan un espesor de aproximadamente medio centímetro.



7 Coloca la pasta resultante en una tabla y corta en cuadros del tamaño que gustes, considerando que crecerán por lo menos al triple. Ve reservándolos en una charola.



8 Vierte medio litro de aceite en la cacerola y ponlo al fuego. Está listo para freír cuando dejes caer una bolita de masa y haga espuma; reduce la flama a la mitad y agrega los cuadros en lotes pequeños. Cuando dejen de formar espuma, retira del aceite y escurre. Agrega el aceite restante según se requiera.



9 En un mortero combina la sal, azúcar y ácido cítrico a fin de hacerlos un polvo muy fino. Después combina con el chile piquín, ya sin triturar.



10 Espolvorea las frituras con este condimento.

Rendimiento
500 gramos aproximadamente

Tiempo de elaboración
45 minutos

Conservación
Almacena las frituras en un recipiente perfectamente cerrado, dentro de un lugar fresco, seco y oscuro.

Caducidad
1 mes

En las Tecnologías Domésticas Profeco se consideran estas equivalencias:

- 1 cucharada (TBS: table spoon) = 15 mililitros
- 1 cucharadita (tea spoon) = 5 mililitros
- 1 taza = 250 mililitros

Validación técnica
Miguel Ángel Meza Vudoyra,
maestro en ciencias.

Xóchitl hizo una promesa



Una compañía fabricante de autos

