

**CIRCULAR CONSAR 06-4 mediante la cual se dan a conocer las Reglas generales sobre publicidad y promociones que realicen las administradoras de fondos para el retiro.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro.

**CIRCULAR CONSAR 06-4**

REGLAS GENERALES SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCIONES QUE REALICEN LAS ADMINISTRADORAS DE FONDOS PARA EL RETIRO.

El Presidente de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, con fundamento en los artículos 5o. fracciones I y II, y 12 fracciones I, VIII y XVI de la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro, y

**CONSIDERANDO**

Que la publicidad que realicen las administradoras de fondos para el retiro debe fundamentalmente orientarse a informar al trabajador sobre los productos y servicios de los Sistemas de Ahorro para el Retiro, de la manera más clara, veraz y sencilla.

Que se debe velar porque la información que se dé a los trabajadores a manera de publicidad no contenga afirmaciones infundadas que perjudiquen o desacrediten a los Sistemas de Ahorro para el Retiro o a los participantes en los mismos.

Que el utilizar indicadores estandarizados para comparar la rentabilidad y las comisiones entre las distintas administradoras de fondos para el retiro y sus sociedades de inversión especializadas de fondos para el retiro, permite al trabajador tomar decisiones mejor informadas, evitando la desorientación que se produce cuando se permite la divulgación de diversos indicadores que son de difícil comprensión.

Que al tener indicadores estandarizados, es conveniente permitir que las administradoras de fondos para el retiro y las sociedades de inversión especializadas de fondos para el retiro que operan, se comparen en materia de rentabilidad y comisiones, no sólo contra el promedio del mercado, sino también entre ellas mismas, a efecto de que el trabajador conozca que no todas las administradoras de fondos para el retiro ofrecen los mismos beneficios, y

Que el Comité Consultivo y de Vigilancia de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro emitió su opinión favorable a las presentes Reglas en su cuadragésima primera sesión ordinaria celebrada el día 22 de abril de 2003, ha tenido a bien expedir las siguientes:

**REGLAS GENERALES SOBRE PUBLICIDAD Y PROMOCIONES QUE REALICEN LAS ADMINISTRADORAS DE FONDOS PARA EL RETIRO**

Capítulo I

**Disposiciones Generales**

**PRIMERA.-** Las presentes disposiciones tienen por objeto establecer las reglas a las que deberán sujetarse las Administradoras de Fondos para el Retiro que realicen Publicidad para la difusión de los Sistemas de Ahorro para el Retiro, así como Promociones de los servicios que prestan, a través de cualquier medio, dirigida a los trabajadores y público en general.

**SEGUNDA.-** Para los efectos de estas disposiciones, se entenderá por:

- I. Administradoras, las Administradoras de Fondos para el Retiro;
- II. Comisión, la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro;
- III. Cuenta Individual, aquella de la que sea titular un trabajador en la cual se depositarán las cuotas obrero-patronales y estatales y sus rendimientos, se registrarán las aportaciones a los fondos de vivienda y se depositarán los demás recursos que en términos de la Ley puedan ser aportados a las mismas, así como aquellas otras que se abran a otros trabajadores no afiliados en términos de la Ley;

- IV. Fondos de Previsión Social, a los fondos de pensiones o jubilaciones de personal, de primas de antigüedad, así como fondos de ahorro establecidos por empresas privadas, dependencias o entidades públicas federales, estatales o municipales o por cualquier otra persona, como una prestación laboral a favor de los trabajadores;
- V. Ley, la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro;
- VI. Patrocinio, al apoyo o financiamiento de una actividad, con fines publicitarios, que realicen las Administradoras;
- VII. Promoción, aquella práctica comercial que lleven a cabo las Administradoras consistente en el ofrecimiento al trabajador o al público de beneficios adicionales temporales tendientes a incentivar o estimular la demanda de sus servicios, siempre y cuando éstos estén vinculados al objeto social que prestan dichas entidades financieras a los trabajadores o al ofrecimiento de cursos y seminarios de capacitación sobre los Sistemas de Ahorro para el Retiro y no implique el obsequiar bienes;
- VIII. Publicidad, la actividad realizada por una Administradora a través de cualquier medio de comunicación, incluyendo Internet, con el fin primordial de promover los servicios que presta y sus características, así como su presencia en el mercado. El término Publicidad no comprende lo relativo a prospectos de información, folleto explicativo y estados de cuenta que se deben entregar al trabajador;
- IX. Sistemas de Ahorro para el Retiro, a los regulados por las leyes de seguridad social que prevén que las aportaciones de los trabajadores, patrones y del Estado sean manejadas a través de Cuentas Individuales propiedad de los trabajadores, con el fin de acumular saldos, mismos que se aplicarán para fines de previsión social o para la obtención de pensiones o como complemento de éstas;
- X. Sociedades de Inversión, las Sociedades de Inversión Especializadas de Fondos para el Retiro;
- XI. Subcuenta de Aportaciones Complementarias de Retiro, la prevista en los artículos 74 fracción IV, 74 quinquies y 79 de la Ley;
- XII. Subcuenta de Aportaciones Voluntarias, la prevista en los artículos 74 fracción III, 74 bis fracción III, 74 ter, 74 quinquies y 79 de la Ley;
- XIII. Trabajador, a cualquier persona que tenga derecho a la apertura de una Cuenta Individual en los términos de la Ley.

**TERCERA.-** Las Administradoras, al realizar Publicidad y Promociones, propiciarán la difusión y consolidación de la imagen de los Sistemas de Ahorro para el Retiro, como unos sistemas que estimulen el ahorro de los Trabajadores, por lo que la información que proporcionen al público deberá ser veraz y actualizada, a efecto de permitir que, dentro de un marco de estricto apego a la normatividad vigente, se promueva la sana competencia, de acuerdo al mayor beneficio que ofrezcan las diferentes Administradoras a los Trabajadores, en términos de comisiones, rendimientos y servicios.

Las Administradoras tendrán estrictamente prohibido emitir en su Publicidad o Promociones aseveraciones, mensajes o imágenes que de manera directa o indirecta, por omisión, ambigüedad, exceso, imprecisión, o cualquier otro tipo de engaño, puedan inducir a error o a interpretaciones incorrectas, desacreditar a los Sistemas de Ahorro para el Retiro, o afectar negativamente su imagen ante el público.

**CUARTA.-** La Publicidad y Promociones que realicen las Administradoras deberá proporcionar información y orientación al público en general sobre los beneficios de la Cuenta Individual y la gama de servicios que ofrecen las Administradoras.

**QUINTA.-** Las Administradoras que realicen Publicidad y Promociones, deberán observar los siguientes criterios:

- I. En materiales escritos, para facilitar su lectura y comprensión, deberán tener textos impresos en colores que contrasten con el fondo del material, así como sujetarse a los siguientes tamaños mínimos de tipografía:
  - a) 8 puntos para publicaciones en revistas, periódicos, Internet y mensajes transmitidos vía correo electrónico;
  - b) 7 puntos para publicaciones en folletos, volantes, sobres o cualquier otro material de características similares;

- c) 12 puntos para publicaciones en carteles, y
  - d) Tratándose de anuncios de los llamados espectaculares, la tipografía deberá corresponder, en proporción, al 3% del tamaño total del anuncio.
- II. En materiales que se transmitan en televisión, la información que en términos de una disposición normativa deban contener la Publicidad o Promociones, deberá tener un tamaño mínimo que ocupe la quinta parte de la pantalla;
  - III. En materiales impresos, se deberá incluir dirección, teléfonos y horarios de atención de las Unidades Especializadas de Atención al Público de la Administradora, para que el público conozca a dónde acudir en caso de ser necesario.

**SEXTA.-** Las Administradoras deberán abstenerse, en la Publicidad y Promociones que realicen, de lo siguiente:

- I. Emitir aseveraciones, mensajes o imágenes que de manera directa o indirecta, por omisión, ambigüedad, exceso, imprecisión, o cualquier otro tipo de engaño, puedan inducir a error o a interpretaciones incorrectas al público, respecto de los productos y servicios que otorgan;
- II. Incluir información que pueda confundir al público o desvirtuar la naturaleza de los servicios que prestan. En este sentido, la Publicidad y Promociones deberán propiciar la confianza del público respecto de los Sistemas de Ahorro para el Retiro y del adecuado manejo de sus recursos, así como cumplir con los principios de sana competencia para con las demás Administradoras;
- III. Emplear frases, expresiones o lemas que no puedan ser justificados objetivamente, relacionados principalmente con la rentabilidad, comisiones y servicios que presten;
- IV. Utilizar tratamientos despectivos o que ridiculicen a persona o institución alguna;
- V. Utilizar símbolos religiosos o patrios que sean objeto de devoción o culto público;
- VI. Realizar Publicidad o Promoción a través del obsequio de cualquier tipo de artículos, bienes, premios o similares. No se podrá realizar Patrocinio, a excepción de que éste se lleve a cabo para la creación, ejecución o difusión de labores culturales, de asistencia social o deportiva y no implique el otorgamiento de ventajas a los Trabajadores no relacionadas con la administración de su Cuenta Individual;
- VII. Publicitar o promocionar servicios distintos a su objeto;
- VIII. Mencionar o hacer creer a los Trabajadores o al público que el desempeño de las Sociedades de Inversión que operen está garantizado por sus respectivos accionistas o entidades relacionadas con éstos;
- IX. Difundir los datos personales de los Trabajadores, excepto cuando el registrado manifieste por escrito su consentimiento previo;
- X. Reproducir formatos previstos en la normatividad de los Sistemas de Ahorro para el Retiro, así como títulos de crédito, monedas metálicas o billetes, nacionales o extranjeros, salvo que en el caso de billetes o monedas exista autorización expresa por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, conforme a lo dispuesto por el artículo 17 de la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos.

**SEPTIMA.-** La Publicidad y Promociones que estén dirigidas a Trabajadores extranjeros, podrán realizarse en el idioma de éstos.

**OCTAVA.-** Las Administradoras, en su Publicidad o Promociones en que hagan referencia a cifras o estadísticas, deberán utilizar únicamente los indicadores más recientes de Administradoras y Sociedades de Inversión que dé a conocer la Comisión a través de su página de Internet ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)).

Tratándose de Publicidad o Promociones sobre comisiones, rendimientos y saldos proyectados, se deberán tomar los indicadores que expresamente se señale sean para efectos de Publicidad, mismos que se actualizarán cada trimestre del año calendario. Cuando una Administradora reduzca sus comisiones y las nuevas comisiones entren en vigor durante el transcurso de un trimestre, la Comisión modificará los

indicadores correspondientes por lo que resta del periodo. Sin perjuicio de lo anterior, las Administradoras no estarán obligadas a modificar su publicidad para actualizar sus cifras o estadísticas sino hasta el final del trimestre en que se haya dado el cambio.

Toda Publicidad comparativa entre Administradoras o entre Sociedades de Inversión deberá tener como fuente a los indicadores antes mencionados.

Asimismo, las Administradoras deberán retirar, en un plazo no mayor a un mes, la Publicidad que hubieren emitido y que haya quedado obsoleta a partir de la actualización de los indicadores por la Comisión.

## Capítulo II De la Publicidad

### Sección I De la Publicidad sobre Rentabilidad

**NOVENA.-** Las Administradoras que realicen Publicidad sobre la rentabilidad de las Sociedades de Inversión, deberán sujetarse a lo siguiente:

- I. Basarse en la información dada a conocer por la Comisión en su página de Internet ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)) para efectos de Publicidad, refiriéndose únicamente a la Tasa Proyectada de Rendimiento Neto de Comisiones, y compararse al menos con el promedio del mercado.
- II. Siempre deberá incluirse la siguiente frase:
  - “La Tasa Proyectada de Rendimiento Neto de Comisiones puede variar por cambios en la rentabilidad o en las comisiones”.

**DECIMA.-** Las Administradoras que realicen Publicidad sobre la rentabilidad que ofrecen las Sociedades de Inversión que operan, referentes a las Subcuentas de Aportaciones Voluntarias y Aportaciones Complementarias de Retiro, deberán sujetarse a lo siguiente:

- I. Para la publicidad comparativa entre sociedades de inversión especializadas de fondos para el retiro de este tipo, sobre rentabilidad, deberán utilizar el Indicador de Rendimiento de Sifore publicado por la Comisión en su página de Internet ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)) para efectos de Publicidad;
- II. Para la publicidad comparativa entre rendimientos de las sociedades de inversión especializadas de fondos para el retiro y otros instrumentos financieros ofrecidos por otras entidades financieras o empresas, deberán utilizar el Indicador de Rendimiento de Sifore y un indicador comparable correspondiente a los otros instrumentos divulgado por una fuente de reconocido prestigio. En todo caso, deberán señalar el origen de la información que utilicen.

### Sección II De la Publicidad sobre Comisiones

**DECIMA PRIMERA.-** Cuando la Publicidad de las Administradoras haga referencia a comisiones, deberán observar lo siguiente:

- I. Citar el Indicador de Comisiones Equivalentes más reciente que dé a conocer la Comisión en su página de Internet ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)) para efectos de Publicidad, y compararse al menos con el promedio del mercado. En el aviso publicitario o promocional, deberá agregarse la siguiente leyenda:
  - “Las comisiones pueden variar previa autorización de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro”.
- II. En la Publicidad que las Administradoras realicen para informar cambios en el monto de las comisiones que cobran, deberán citar el Indicador de Comisiones Equivalentes que dé a conocer la Comisión en su página de Internet ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)) para efectos de Publicidad, antes y después del cambio, y compararse, al menos, contra el promedio del mercado en ambos casos;
- III. En caso de que el cambio en las comisiones implique un aumento en alguno de los conceptos que integran su estructura o que éstas resulten superiores de conformidad con el Indicador de Comisiones Equivalentes que dé a conocer la Comisión en su página de Internet ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)) para efectos de Publicidad, deberán agregar en la Publicidad la siguiente leyenda:
  - “Como consecuencia del cambio en la estructura de las comisiones, los Trabajadores registrados en esta AFORE tienen el derecho de solicitar el traspaso inmediato de su Cuenta Individual a otra Administradora”.

### Sección III

#### De la Publicidad sobre Saldos Proyectados

**DECIMA SEGUNDA.-** Las Administradoras que realicen Publicidad sobre saldos proyectados, únicamente podrán hacerlo utilizando el Indicador de Saldos Proyectados que dé a conocer la Comisión en su página de Internet de la Comisión ([www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)) para efectos de Publicidad, aplicable al tipo de recursos de que se trate. En este caso, siempre se deberá añadir la leyenda: "La información presentada es una estimación realizada por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, y la misma puede variar de conformidad con los movimientos que registren los mercados financieros, la política de inversión y las comisiones de la Administradora de que se trate".

### Capítulo III

#### De la Publicidad sobre Fondos de Previsión Social

**DECIMA TERCERA.-** Las Administradoras podrán efectuar Publicidad sobre los Fondos de Previsión Social, siempre que dicha Publicidad sea objetiva, veraz, completa y comprobable, indicando la fuente de la misma.

La Publicidad a que se refiere el párrafo anterior, deberá sujetarse a los criterios establecidos en los capítulos I y II de las presentes Reglas en lo que no se oponga a la naturaleza de los Fondos de Previsión Social.

### Capítulo IV

#### Generalidades

**DECIMA CUARTA.-** Los materiales de Publicidad o Promoción distintos a los regulados en el capítulo II de las presentes Reglas deberán contener o transmitir la frase "Consulte [www.consar.gob.mx](http://www.consar.gob.mx)".

Cuando la Publicidad se realice a través de Internet, deberá citarse la fuente de información en cada sección donde aparezca la Publicidad.

**DECIMA QUINTA.-** Si la Administradora no cumple su ofrecimiento promocional, el Trabajador podrá optar por exigir su cumplimiento o aceptar otro servicio equivalente.

**DECIMA SEXTA.-** Las Administradoras deberán presentar a la Comisión todo el material que utilicen en su Publicidad y Promociones el día de su primera emisión o el siguiente día hábil.

**DECIMA SEPTIMA.-** La información que las Administradoras estén obligadas a hacer del conocimiento público en términos de otras disposiciones emitidas por la Comisión, tales como el pizarrón informativo, los prospectos de información, la composición de cartera de las Sociedades de Inversión, su política de administración de riesgos y estados financieros, no se considerará como Publicidad. Sin perjuicio de lo anterior, deberá sujetarse a las disposiciones particulares que les sean aplicables.

Asimismo, el contenido de la Publicidad y Promociones que realicen las Administradoras deberá apegarse a las demás disposiciones legales y administrativas que les sean aplicables en términos de otros ordenamientos.

**DECIMA OCTAVA.-** En caso de que una Administradora infringiere más de dos veces, en un periodo de seis meses, las disposiciones emitidas por la Comisión, no podrá reiniciar su Publicidad o Promoción sin previa autorización de la misma.

La Comisión podrá obligar a las Administradoras y a las Sociedades de Inversión a modificar o suspender su Publicidad cuando ésta no se ajuste a las presentes Reglas Generales. En caso de que la Comisión ordene modificar un material o campaña de Publicidad, la Administradora responsable de la misma deberá realizar la modificación y darla a conocer en los mismos medios y por el mismo periodo que la Publicidad cuya modificación se ordene.

**DECIMA NOVENA.-** La Publicidad que haga referencia a la fusión de dos o más Administradoras deberá incluir siempre la siguiente leyenda:

- "Como consecuencia de la fusión, los Trabajadores registrados en la(s) AFORE(S) fusionada(s) tienen el derecho de solicitar el traspaso inmediato de su Cuenta Individual a otra Administradora".

#### TRANSITORIAS

**PRIMERA.-** La presente Circular entrará en vigor el primer día del mes siguiente al de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

**SEGUNDA.-** Se abrogan las Circulares CONSAR 06-1, 06-2 y 06-3, publicadas en el **Diario Oficial de la Federación** del 10 de octubre de 1996, 15 de diciembre de 1999 y 28 de octubre de 2002, respectivamente.

**TERCERA.-** Las Administradoras deberán retirar de circulación o de emisión, los materiales que hubieren elaborado y que no se ajusten a las presentes Reglas, dentro de un plazo máximo de 30 días, contados a partir de su entrada en vigor.

**CUARTA.-** Los procedimientos de aprobación de publicidad previa a su emisión previstos por la regla décima párrafo segundo de la Circular CONSAR 06-1, que se encuentren en curso el día que entren en vigor las presentes Reglas, serán cancelados en la misma fecha.

**QUINTA.-** La Comisión dará a conocer los indicadores del trimestre anterior dentro de un plazo de diez días hábiles a partir de la entrada en vigor de las presentes Reglas. En el ínterin, las Administradoras podrán utilizar las cifras y estadísticas más recientes dadas a conocer por la Comisión.

México, D.F., a 19 de junio de 2003.- El Presidente de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, **Mario Gabriel Budebo**.- Rúbrica.