

CONVENIO DE CONCERTACIÓN PARA LA MEJORA CONTINUA DE PRÁCTICAS COMERCIALES COMPETITIVAS Y DE FOMENTO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, QUE CELEBRAN LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE LA CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIAL QUE LO SUSCRIBEN Y LAS QUE EN EL FUTURO SE ADHIERAN

(Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de julio de 2006)

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.-
Secretaría de Economía.

CONVENIO DE CONCERTACION PARA LA MEJORA CONTINUA DE PRACTICAS COMERCIALES COMPETITIVAS Y DE FOMENTO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL EJECUTIVO FEDERAL A TRAVES DEL LIC. SERGIO ALEJANDRO GARCIA DE ALBA ZEPEDA, SECRETARIO DE ECONOMIA, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "LA SECRETARIA" Y, POR LA OTRA PARTE, LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE LA CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIAL QUE LO SUSCRIBEN Y LAS QUE EN EL FUTURO SE ADHIERAN, EN LO SUCESIVO "LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS".

ANTECEDENTES

- 1.-** La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 25, que corresponde al Estado llevar a cabo el fomento de las actividades que demande el interés general, en el marco de libertades que otorgue la propia Constitución, así como, la concurrencia al desarrollo económico nacional, con responsabilidad social, de los sectores público, privado y social. El artículo 26 establece el sistema nacional de planeación democrática y determina que la ley facultará al Ejecutivo Federal para inducir y concertar acciones con los particulares.
- 2.-** La Ley de Planeación establece en sus artículos 37, 38, 39 y 40 que el Ejecutivo Federal podrá concertar la realización de las acciones con las representaciones de los grupos sociales o con los particulares interesados, a través de contratos o convenios de cumplimiento obligatorio para las partes que lo celebren.
- 3.-** La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en sus artículos 5, 9 y 11 dispone que "La Secretaría" tendrá como responsabilidades, entre otras, la ejecución de políticas y acciones de fomento a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- 4.-** El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 establece como uno de los objetivos rectores, el elevar y extender la competitividad del país como condición necesaria para alcanzar un crecimiento más dinámico y garantizar que éste conduzca a un desarrollo incluyente.
- 5.-** El Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006 establece el imperativo de fomentar un entorno competitivo para el desarrollo de las empresas, promoviendo la acción comprometida y solidaria de los organismos empresariales, empresarios y emprendedores.
- 6.-** Las empresas serán más competitivas en la medida que aumenten su productividad para que les permita competir eficientemente con otras empresas.

7.- Es fundamental realizar esfuerzos para eliminar obstáculos que inhiben la competitividad, así como impulsar las buenas prácticas comerciales en las cadenas de valor.

8.- Para el desarrollo del mercado interno se requiere fortalecer un sistema de distribución comercial eficaz que permita a la población mejores condiciones de acceso a bienes y servicios, basado en la competitividad de las empresas, poniendo especial énfasis, a las micro, pequeñas y medianas.

9.- El proceso de modernización de la distribución comercial en México, impulsado por nuevas tecnologías y formas de venta, conlleva la oportunidad de mejorar la coordinación e integración de todos los eslabones de la cadena productiva y comercial para mejorar su operación, en beneficio de quienes participan en las actividades productivas y comerciales, de los consumidores y del país.

10.- A través de la autorregulación se han dado los primeros pasos en este proceso de modernización y mejora comercial, mediante la firma de diversos instrumentos para el fomento de las buenas prácticas comerciales, como son:

? El “Acuerdo celebrado en el Foro de Trabajo sobre Mejores Prácticas Comerciales en la Ciudad de Guadalajara”, entre la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) el 19 de junio del año 2000.

? El “Acuerdo de Prácticas Comerciales para la Competitividad” suscrito por ANTAD y las Organizaciones Empresariales firmantes: Confederación Nacional de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), Consejo Nacional Agropecuario (CNA), Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (CONMEXICO) y Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias (CANAINCA), el 15 de marzo de 2003, en adelante Acuerdo de Guadalajara.

11.- La experiencia ha permitido observar que los efectos más inmediatos y tangibles de una situación de libre y leal competencia se materializan en una mejora continua del nivel de precios, de la calidad y demás condiciones de oferta y servicio al público así como en un incremento de la oferta y de la variedad de productos, lo que significa una actuación más eficaz de todos los participantes en la cadena productiva y comercial, en beneficio de los consumidores.

12.- Las prácticas comerciales son por naturaleza dinámicas y, por tanto, se encuentran en constante evolución y transformación. Es por esto que se requiere de instrumentos consensuados y flexibles, como es el caso de este Convenio, para que mantenga vigencia en un proceso de mejora continua. Por ello la autorregulación significa el avance en los procesos comerciales modernos, para una mejor y más eficiente realización de las transacciones económicas, dado su carácter jurídico y también moral, puesto que el compromiso de cumplir con prácticas comerciales competitivas se establece mediante la voluntad libremente expresada en este Convenio.

13.- Las prácticas comerciales competitivas son usos legítimos del comercio, los cuales se distinguen de prácticas anti-competitivas que deben evitarse, como son las prácticas monopólicas, las conductas desleales, así como las acciones que atentan en contra de los consumidores, que las leyes ya identifican y prohíben.

14.- En el Acuerdo de Guadalajara se previó revisar su cumplimiento y buscar soluciones o propuestas adecuadas para perfeccionarlo. Al respecto destaca la necesidad de establecer un mecanismo eficiente para la adhesión creciente de Organizaciones y Empresas, el desarrollo de las prácticas comerciales, la constitución de un mecanismo operativo que en forma permanente realice el seguimiento y la supervisión de su cumplimiento, así como la definición de los mecanismos para la solución de controversias. Lo anterior es finalidad de este Convenio, en un marco de concertación con “La Secretaría”, para conjuntar esfuerzos, orientados al mejoramiento de las prácticas comerciales y al fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.

15.- Experiencias internacionales demuestran que el desarrollo de buenas prácticas comerciales, bajo esquemas de autorregulación, constituyen el mejor medio para la mejora continua de prácticas comerciales competitivas.

16.- En los foros de consulta pública organizados por el Senado con motivo del análisis de la iniciativa de la “Ley de prácticas comerciales y de fomento al micro, pequeño y mediano comercio”, se consideró que la autorregulación es un mecanismo viable y conveniente para la definición de prácticas comerciales, por su dinamismo y por la necesaria modernización comercial del país. También se definió que la autorregulación será más que eficaz si los acuerdos por los que se establece pueden determinarse en un convenio de concertación, que es un instrumento jurídico que deriva de la Constitución y de la Ley de Planeación, y con la participación de “La Secretaría”.

17.- Avanzar en el cumplimiento a cabalidad del Acuerdo de Guadalajara es un exhorto que han realizado diversas Organizaciones Empresariales y que se ha recogido y transmitido a las Partes, por Senadores de la República interesados en la mejora continua de las prácticas comerciales y en el fomento al micro, pequeño y mediano comercio e industria.

18.- Por todo lo anterior, es un firme propósito de las partes evolucionar el Acuerdo de Guadalajara mediante el establecimiento de mecanismos prácticos de funcionamiento en un marco de concertación con “La Secretaría”, así como para el seguimiento e identificación de resultados y de rendición de cuentas.

19.- El presente Convenio contiene los aspectos que las Partes que lo suscriben han consensuado hasta la fecha de su celebración y también prevé los mecanismos que permitirán continuar analizando, negociando y definiendo las prácticas comerciales y temas relacionados.

20.- Algunas de las organizaciones firmantes de este Convenio tenían el mandato de sus agremiados en el sentido de procurar la regulación de prácticas comerciales, decidiendo voluntariamente y de buena fe suscribir este Convenio con la expectativa de que el mismo será efectiva y puntualmente cumplido.

DECLARACIONES

1.- DECLARA “LA SECRETARIA” QUE

1.1. Es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal de conformidad con lo dispuesto en el artículo 90 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 2 fracción I, 26 y 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

1.2. Le corresponde formular y conducir las políticas generales de industria, comercio exterior e interior, abasto y precios del país; asesorar a la iniciativa privada en el establecimiento de nuevas industrias y empresas; promover, orientar, fomentar y estimular la industria nacional; promover, orientar, fomentar y estimular el desarrollo de la industria pequeña y mediana, entre otras atribuciones.

1.3. Con fundamento en el artículo 4 del Reglamento Interior de “La Secretaría”, el Lic. Sergio Alejandro García de Alba Zepeda en su carácter de Secretario de Economía tiene facultades para suscribir el presente instrumento.

1.4. Con fundamento en los artículos 37 y 39 de la Ley de Planeación, “La Secretaría” celebra el presente Convenio como instrumento de concertación con las Organizaciones y las Empresas.

1.5. Señala como domicilio legal el ubicado en la calle Alfonso Reyes número 30, colonia Condesa, en la Ciudad de México, Distrito Federal, con código postal 06140.

2.- DECLARAN LAS “ORGANIZACIONES”

2.1. Que tienen por objeto la representación gremial y empresarial de empresas dedicadas profesional y regularmente a la realización de actos de comercio en sectores productivos, de distribución, industriales, comerciales o de servicios.

2.2. Que tienen la representación y el domicilio que respecto de cada una se indica a continuación:

Organización/Representante	Domicilio
Confederación Nacional de Cámaras Industriales Lic. Gerardo Barrios Espinosa	Manuel Ma. Contreras No. 133-8o. piso, Col. Cuauhtémoc, México, D.F.
Cámara Nacional de la Industria de la Transformación Lic. Cuauhtémoc Martínez García	Av. San Antonio 256, Col. Ampliación Nápoles, México, D.F.
Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México Lic. Lorenzo Ysasi Martínez	Paseo de la Reforma No. 42, México, D.F.
Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias Lic. Vicente López Abad	Leibnitz 206, Col. Anzures, México, D.F.
Confederación Nacional de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo Lic. Eduardo García Villaseñor	Balderas No. 144, Col. Centro, México, D.F.
Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales A.C. Lic. Vicente Yáñez Solloa	Horacio No. 1855- piso 6, Col. Chapultepec Morales, México, D.F.
Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo A.C. Lic. Enrique de la Madrid Cordero	Séneca No. 65, Col. Polanco Chapultepec, México, D.F.
Consejo Nacional Agropecuario A.C. Sr. Jaime Yesaki Cavazos	Xola No. 914, Col. Narvarte, México, D.F.

3.- DECLARAN LAS “EMPRESAS”

3.1. Que son personas dedicadas profesional y regularmente a la realización de actos de comercio, en sectores productivos, de distribución, industriales, comerciales o de servicios. Para efectos de este Convenio, se considera como empresa a toda persona física o moral o entidad económica que se dedique a las actividades ya señaladas y que sean Parte del presente Convenio.

3.2. Que tiene el domicilio y representación que se indica a continuación:

Organización/Representante	Domicilio
Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V. Lic. Raúl Argüelles Díaz González Sinergia de Autoservicios, S. de R.L. de C.V. Lic. José Luis de Cortina Camou	Boulevard Manuel Avila Camacho No. 487, Col. Periodistas México, D.F. Cerrada de Tecamachalco No. 45, 5o. piso, Col. Reforma Social, México, D.F.

4.- DECLARAN LAS PARTES (ORGANIZACIONES Y EMPRESAS)

4.1 Declara cada una de las Partes que suscribe este Convenio su debida existencia y representación legal, así como el recíproco reconocimiento de esas condiciones jurídicas en las demás Partes.

4.2 Las Partes que con posterioridad a la celebración de este Convenio se adhieran al mismo, tendrán por formulada la manifestación a que se refiere la declaración anterior y se registrarán de acuerdo al procedimiento establecido.

CLAUSULAS

CAPITULO I

Objeto y Propósitos del Convenio

PRIMERA. - Objeto del Convenio.

Las Partes convienen en impulsar y fomentar el cumplimiento de prácticas comerciales competitivas aplicables a sus transacciones comerciales conforme a lo establecido en el Acuerdo de Guadalajara, así como precisar las condiciones de su ejercicio para continuar enriqueciendo dichas prácticas de manera consensuada. Asimismo las Partes y “La Secretaría” se comprometen a colaborar en un programa de desarrollo y apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME).

SEGUNDA. - Contenido y Propósitos del Convenio.

1. La adhesión por parte de las empresas a este Convenio se realizará en los términos del presente instrumento. Dicha adhesión será voluntaria y dará lugar a que las empresas que lo suscriban se obliguen recíprocamente en sus relaciones comerciales al cumplimiento de este Convenio. Las Partes que suscriban este Convenio sólo se obligan con aquellas que también lo hayan suscrito.

2. El establecimiento de un Comité Ejecutivo Permanente (CEP), el cual tendrá a su cargo las funciones que se establecen en este Convenio.

3. Los propósitos específicos del Convenio serán lograr, por consenso, lo siguiente:

A. Armonizar prácticas comerciales competitivas y eficientes entre los distintos agentes de la cadena productiva.

B. Desarrollar la interpretación y enriquecimiento de prácticas comerciales, así como la precisión de las condiciones sobre las cuales deben operar.

C. Convenir programas de colaboración para favorecer la articulación e integración económica de las MIPYMES en las cadenas productivas y en agrupamientos empresariales.

- D. Organizar grupos de trabajo para el cumplimiento de este Convenio de Concertación.
- E. Hacer operativa la adhesión de Organizaciones y Empresas a este Convenio.
- F. Promover el desarrollo de mecanismos de avenencia y de solución amistosa de controversias.
- G. Promover la legalidad en las actividades comerciales.

TERCERA.- Principios Rectores.

Las Partes de este Convenio llevarán a cabo el cumplimiento de las condiciones pactadas de conformidad con los siguientes principios:

- A. El fomento a la libre competencia y concurrencia.
- B. El cumplimiento estricto de lo pactado.
- C. El compromiso de conducirse con lealtad y buena fe.
- D. Libre determinación contractual.
- E. Legalidad.
- F. Corresponsabilidad.
- G. Competitividad.
- H. Apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa.
- I. El reconocimiento de los derechos de los consumidores.
- J. Transparencia y rendición de cuentas.

CAPITULO II

Comité Ejecutivo Permanente

CUARTA- Comité Ejecutivo Permanente.

Para la debida implementación de este Convenio de Concertación se establece un Comité Ejecutivo Permanente (CEP), el cual se integrará y funcionará conforme a lo establecido en este mismo Convenio y, en lo no previsto, conforme las Partes determinen por consenso.

1. El CEP se organizará conforme a las siguientes bases:

A. Estará conformado por diez Organizaciones y Empresas, cada una de las cuales designará a un representante titular y a un suplente con capacidad plena para actuar y acordar en su nombre en la materia objeto de este Convenio.

Los representantes de las correspondientes Organizaciones y Empresas que formen parte del CEP serán sus titulares o quienes ocupen el nivel jerárquico inmediato inferior, quienes contarán con sus respectivos suplentes, que en todos los casos deberán contar con facultades de decisión.

- B.** “LA SECRETARIA” designará a un representante ante el CEP y a su suplente, a fin de que participe en las sesiones en las que se aborden temas que requieran de la atención gubernamental y, en especial a aquéllas en que el propio CEP presente sus informes de avance y de resultados.
- C.** El CEP podrá invitar a personas, Empresas y Organizaciones que estime pertinente.
- D.** Contará con un Secretario Técnico que será designado por el CEP y tendrá las facultades que establezcan las Reglas de Organización y Funcionamiento del CEP.
- 2.** La misión esencial del CEP será revisar periódicamente que el presente Convenio cumpla sus objetivos.
- 3.** El CEP sesionará por lo menos dos veces al año, excepto en el primer año en el que sesionará con forme al anexo dos de este Convenio.
- 4.** El CEP tendrá las siguientes funciones:
- A.** Instrumentar, dar seguimiento y evaluar el cumplimiento de los compromisos de este Convenio.
- B.** Acordar con “La Secretaría” un procedimiento para ampliar la adhesión voluntaria de Organizaciones y Empresas.
- C.** Promover el desarrollo, la interpretación, el enriquecimiento y la precisión de las prácticas comerciales que, por consenso, acuerden las Partes.
- D.** Analizar y emitir opiniones en materia de Prácticas Comerciales.
- E.** Promover el desarrollo de mecanismos para la solución amistosa de controversias, en especial de la mediación, así como del acceso a procedimientos arbitrales que sean eficaces y eficientes, valorando la experiencia de la oferta actual de personas, organizaciones e instituciones que cuenten con facultades y servicios de arbitraje.
- F.** Promover un programa de apoyo y de fomento para la modernización y mejora de las MIPYMES.
- G.** Recibir los informes de los programas de apoyo a MIPYMES que establece este Convenio y sugerir a “La Secretaría” acciones y medidas para mejorar el apoyo a las cadenas productivas y el combate al comercio ilegal.
- H.** Presentar un informe anual a “La Secretaría”, incluyendo indicadores de desempeño.
- I.** Implementar y dar seguimiento a un programa para el combate del comercio ilegal.
- J.** Las demás que determinen sus Reglas de Organización y Funcionamiento.
- 5.** El CEP tendrá un carácter estratégico y de políticas generales, así como de enlace con “La Secretaría”. La operación será delegada a los Subcomités y Grupos de Trabajo, conforme definan las Reglas de Organización y Funcionamiento del CEP. Por consiguiente el CEP no intervendrá directamente en la atención y solución de asuntos y casos específicos, lo cual corresponderá a Subcomités y/o a Grupos de Trabajo conforme se determine en dichas Reglas. Al efecto el CEP también emitirá criterios y procedimientos para asegurar objetividad en la conducta y decisiones de los participantes y evitar conflictos de intereses.

6. El CEP sesionará de manera rotativa anual en la sede de sus integrantes. El anfitrión llevará el orden del día y coordinará la reunión sobre los asuntos previamente agendados.

7. El CEP elaborará un reporte anual con estadísticas del seguimiento y los avances de las Partes en el tema comercial y en las actividades de apoyo a las MIPYMES. El informe describirá los resultados esperados y obtenidos en el periodo, incluyendo recomendaciones para la actualización de prácticas comerciales competitivas y equitativas.

El informe relativo a prácticas comerciales conservará la confidencialidad acerca de las empresas que se encuentren involucradas, y únicamente habrá de referirse a los datos estadísticos que comprendan las quejas, su recurrencia, la solución de las controversias y demás datos de carácter estadístico de relevancia para el Comité. Los integrantes del CEP, de los Subcomités y Grupos de Trabajo actuarán en compromiso formal de confidencialidad.

QUINTA.- Subcomités del CEP.

El CEP determinará la conformación de los Subcomités, integrados únicamente por representantes de las Organizaciones y Empresas. Los Subcomités y Grupos de Trabajo se integrarán por especialistas expertos en la materia de cada Subcomité, quienes actuarán conforme a principios de profesionalismo, objetividad y sin conflictos de interés. El CEP determinará criterios generales de perfil profesional y de temporalidad de los integrantes de los Subcomités y Grupos de Trabajo.

Los Subcomités se conformarán para el estudio de los siguientes temas:

- 1.- Cuestiones logísticas: actividad productiva y de distribución de las Empresas.
- 2.- Cuestiones comerciales: Aspectos relativos a prácticas comerciales y a promoción de mecanismos de solución de controversias.
- 3.- Cuestiones gubernamentales y regulatorias: Regulaciones, restricciones y disposiciones gubernamentales necesarias para el comercio de bienes y servicios. Este Subcomité abarcará también el tema de combate al comercio ilegal.
- 4.- Los demás que determine el CEP.

Los Subcomités realizarán el estudio de los temas específicos que deriven de los temas generales señalados para cada uno. Los resultados obtenidos serán presentados al CEP para que éste formule las recomendaciones necesarias en el informe anual.

Los representantes de estos Subcomités organizarán grupos de trabajo para llevar a cabo las actividades necesarias para dar cumplimiento a las actividades relacionadas con cada tema.

También se establecerá un Grupo de Trabajo Especial para el programa de apoyo para las MIPYMES, en coordinación con "La Secretaría", en los términos de este Convenio.

Los Subcomités sesionarán por lo menos bimestralmente, para analizar, revisar y evaluar el seguimiento de los asuntos de su competencia. El CEP podrá determinar otra periodicidad mínima.

SEXTA.- Reglas de Organización y Funcionamiento.

Las Reglas de Organización y Funcionamiento del CEP, de los Subcomités y de los Grupos de Trabajo serán establecidas por el CEP, al igual que los procedimientos, mecanismos para la presentación, trámite y atención de quejas, formatos y trámites que se requieran. En todos los casos las decisiones del CEP, de los Subcomités y de los Grupos de Trabajo serán por consenso. Dichas Reglas establecerán también los requisitos de conformación de quórum en las sesiones, requiriéndose en los correspondientes al CEP del ochenta por ciento de sus integrantes, en primera convocatoria.

Las Reglas de Organización y Funcionamiento deberán emitirse en un plazo no mayor a 60 días. Una vez que se expidan se incorporarán a este Convenio como Anexo del mismo.

SEPTIMA. - Reporte de resultados de los Subcomités.

Los Subcomités presentarán sus resultados al CEP dos veces al año. Los Subcomités podrán hacer las recomendaciones que estimen necesarias para la promoción de mejores prácticas comerciales, a partir de la experiencia de los casos que se presenten en el periodo. Asimismo podrán realizar recomendaciones en materia de competitividad, comercio informal y otros temas que le sean sometidos a consulta por el CEP.

CAPITULO III

Prácticas Comerciales

OCTAVA.- La Autorregulación de Prácticas Comerciales.

La autorregulación es la adopción voluntaria de principios y reglas obligatorias de comportamiento comercial.

Los principales objetivos de la autorregulación serán:

- 1.- Armonizar prácticas comerciales competitivas y eficientes.
- 2.- Contribuir a prevenir conflictos y resolver, de modo vinculante y entre las Partes, sus relaciones comerciales, en el marco de las leyes mercantiles y demás ordenamientos aplicables.

La acción conjunta y concertada de las Empresas promoverá el establecimiento de mejores prácticas en los instrumentos contractuales que regulan las relaciones específicas entre comerciantes, especialmente entre tiendas de autoservicio y sus proveedores, entre fabricantes y sus proveedores, y entre productores y comerciantes, que se adhieran a este Convenio de Concertación. La autorregulación fomentará el principio de libertad contractual para la modernización de las relaciones comerciales y el mejoramiento de la libre y leal competencia. Este Convenio incluye el comercio de bienes y también de servicios.

NOVENA. - Prácticas Comerciales.

Las prácticas comerciales materia de este Convenio se aplicarán a todos los actos de comercio entre las Empresas que sean Parte, tanto en las condiciones generales de negociación, como en los contratos y en su ejecución, salvo cuando se trate de actos o relaciones diversas a la actividad comercial regular entre ellas.

Las Empresas que sean Parte de este Convenio se comprometen a adecuar sus modelos de contratos a las mejores prácticas conforme resulte de este Convenio y a revisarlos periódicamente.

Las partes se abstendrán de realizar o promover prácticas monopólicas prohibidas por la normatividad vigente en materia de competencia económica.

DECIMA.- Prácticas Comerciales para la Competitividad (Acuerdo de Guadalajara).

Las Organizaciones y Empresas que sean Parte de este Convenio, asumen el cumplimiento de las prácticas comerciales contenidas en el Acuerdo de Guadalajara, en la medida que concuerde con lo dispuesto en la normatividad vigente en materia de competencia económica, el cual establece lo que a continuación se transcribe:

“Principio Rector:

El cumplimiento estricto de lo pactado en la negociación comercial.

A fin de hacer efectivo este principio rector, las partes que intervienen en una negociación comercial se comprometen a definir y concretar, con la mayor precisión, las condiciones sobre las cuales se llevarán a cabo las transacciones comerciales.

A este efecto, las Partes, deberán vigilar las prácticas comerciales que lesionen la eficiencia y la competitividad de las empresas, poniendo un énfasis especial en las siguientes:

LA PARTE COMPRADORA

- 1.- Pagar puntualmente las facturas que le sean presentadas por la parte vendedora y respetando los plazos convenidos.
- 2.- No efectuará descuentos o reducciones de precio unilateralmente.
- 3.- La mercancía recibida no estará sujeta a devoluciones ni rechazos, a menos que las mismas sean imputables a la parte vendedora, o se hayan convenido en forma previa.
- 4.- Los precios de venta de los productos al consumidor final, no serán menores al costo de adquisición de la mercancía.
- 5.- El respeto a los acuerdos de negociación de las partes, elimina cualquier práctica unilateral de la parte compradora, como medio de presión a la resolución de alguna diferencia entre las partes, como serían: suspensiones de compras, descuentos por gastos de promoción o mercadotecnia, reducción de precios, etc.
- 6.- La parte compradora negociará la compra de los productos de manera individual sin condicionar la compra de alguno de ellos a la compra de otros.

LA PARTE VENDEDORA

- 1.- La parte vendedora surtirá de manera completa y oportuna los pedidos solicitados por la parte compradora.
- 2.- Los productos negociados como ofertas al consumidor, convenidas entre las partes, se entregarán de forma completa y de manera oportuna a la parte compradora.
- 3.- La parte vendedora negociará la venta de sus productos de manera individual, sin condicionar la venta de algunos de ellos, a la adquisición de otros.

- 4.- Todos los productos que entregue la parte vendedora deberán cumplir de manera estricta, lo que las leyes en materia de etiquetado y otras formalidades obliguen.
- 5.- El producto entregado por la parte vendedora debe respetar las especificaciones de calidad convenidas con la parte compradora.
- 6.- El respeto a los acuerdos de negociación de las partes, elimina cualquier práctica unilateral de la parte vendedora, como medio de presión a la resolución de alguna diferencia entre las partes, como serían suspensiones de entrega de productos, cargos por gastos de promoción o mercadotecnia, aumentos de precios, etc.

Adicionalmente, se considerará que la parte vendedora:

Provea lo necesario para que las listas de precios de los productos y los descuentos se manejen con transparencia.”

DECIMA PRIMERA. - Precisión, interpretación y recomendación de prácticas comerciales. Las relaciones comerciales que se pacten entre las partes preferentemente serán por escrito, determinando al menos las condiciones relativas al pago, identificación de la mercancía, políticas de devolución de mercancías, políticas de entrega-recepción de mercancías y políticas de precios y descuentos.

El CEP, directamente o a propuesta del Subcomité de Cuestiones Comerciales, revisará y acordará interpretaciones y precisiones a las prácticas comerciales y demás aspectos a que se refiere la cláusula anterior.

Asimismo el CEP analizará y acordará mejores prácticas comerciales en relación, entre otros, a los siguientes aspectos:

- 1.- Supuestos comerciales válidos para el establecimiento de precios por debajo de los costos.
- 2.- Análisis de condiciones que puedan considerarse reacciones excesivas o indebidas hacia una Parte en una relación comercial, como resultado de inconformidades legítimas de la otra Parte en la misma relación comercial.
- 3.- Mecánicas de actualización de precios que impliquen buenas prácticas competitivas.
- 4.- Políticas de pago.
- 5.- Términos y condiciones razonables de devolución de productos por incumplimiento de requisitos normativos y características y condiciones de calidad, entre otros.
- 6.- Niveles de servicio.
- 7.- Los demás aspectos que propongan los integrantes del CEP en su primera sesión.

En la realización de las tareas a que se refiere esta cláusula, el CEP y el Subcomité correspondiente cuidarán que la interpretación y precisiones que se propongan procuren la mayor especificidad posible en cuanto al sector de actividad y a las condiciones en las cuales se identifiquen las prácticas comerciales. Esto a fin de evitar generalizaciones que pudieran resultar inconvenientes a determinados ámbitos industriales y/o comerciales.

Las prácticas comerciales que se determinen por el CEP en los términos de este Convenio formarán parte del mismo y por consiguiente tendrán la misma eficacia, conforme a lo dispuesto en la cláusula novena de este mismo instrumento.

Todas las Partes que suscriben y se adhieren al presente Convenio se comprometen a no utilizar su contenido ni mecanismos para fomentar o incurrir en ningún acto o práctica prohibida por la normatividad vigente en materia de competencia económica; así como a actuar en conformidad con esta normatividad y demás legislación aplicable.

Cualquiera de las Partes y el CEP podrán realizar consultas respecto de cualquier asunto relacionado con el presente Convenio en materia de competencia y libre concurrencia ante la Comisión Federal de Competencia.

DECIMA SEGUNDA.- Solución de Controversias en las Relaciones Comerciales entre Empresas que sean Partes de este Convenio.

1.- Sin perjuicio de lo que disponen las leyes y de lo que prevean los contratos entre las Partes, las Organizaciones y Empresas que sean Parte de este Convenio tendrán la comunicación oportuna para resolver de la mejor manera cualquier incidente que se origine en sus relaciones comerciales, así como también en la correcta interpretación y aplicación de este Convenio.

2.- Las Empresas que sean Parte de este Convenio proveerán lo necesario para determinar contractualmente, preferentemente por escrito, sus relaciones comerciales y para dar cabal cumplimiento a los compromisos contraídos en este Convenio, evitando en lo razonablemente posible diferencias con su contraparte.

3.- Avenencia. Las Partes de este Convenio de Concertación procurarán resolver sus diferencias bajo un principio de comunicación y entendimiento recíproco y preferentemente sin la intervención de terceros, ya sean administrativos o judiciales. Al efecto y sin demérito de los derechos de las Partes para acudir a la jurisdicción competente, realizarán consultas entre ellas con el propósito de encontrar acuerdos mutuamente satisfactorios para resolver sus diferencias. Será una consideración de buena disposición y de buena fe el que las Partes involucradas en una diferencia designen y acrediten representantes o negociadores, los cuales cuenten con facultades jurídicas para decidir sobre la cuestión o cuestiones controvertidas, cualquiera que sea la naturaleza de éstas.

4.- Conciliación. Cuando sea necesario serán recíprocamente y razonablemente escuchados por quienes sean Parte, los buenos oficios conciliatorios de las Organizaciones Empresariales.

5.- Mediación. Cuando la diferencia no se resuelva, no obstante los esfuerzos para evitar la controversia y para procurar la avenencia conforme se prevé en los párrafos anteriores de esta Cláusula, las Partes libremente y de buena fe podrán establecer un mecanismo amistoso de solución con el auxilio de un tercero que sea experto y neutral. El mecanismo amistoso de solución puede ser la mediación, la obtención de un dictamen técnico o cualquier otro método previsto en sus contratos o que libremente elijan y que sea pertinente para resolver la problemática de que se trate. El CEP, por conducto del Subcomité correspondiente, realizará estudios y propondrá guías, metodologías y demás instrumentos para favorecer la adopción de estos mecanismos amistosos de solución de controversias asistidos por expertos neutrales.

6.- Arbitraje. Una vez agotadas las posibilidades de avenencia directa, de conciliación y mediación previstas en este Convenio, las Partes podrán pactar en cualquier momento voluntariamente, de común acuerdo, y por escrito, el sometimiento de la resolución de la controversia de que se trate a un procedimiento arbitral.

7.- Lo dispuesto en esta cláusula y en general en este Convenio no implicará restricción alguna para que cualquiera de las Partes involucradas en una controversia acuda directamente a las autoridades competentes.

DECIMA TERCERA. - Quejas y recomendaciones.

1. Con independencia de lo dispuesto en la cláusula anterior, cualquier Organización que sea Parte de este Convenio de Concertación podrá someter a consideración del CEP, a propuesta del Subcomité correspondiente, aquellas prácticas que se considere requieran análisis para que en su caso emita una recomendación general al respecto para su inclusión en el catálogo de buenas prácticas comerciales correspondiente. Para ello y considerando la importancia de asegurar la objetividad en el análisis de cada caso, la propuesta del Subcomité se referirá a la práctica y no a las partes involucradas en la misma. En la presentación y tramitación de estas sugerencias se estará a lo siguiente:

A. Se presentarán y canalizarán preferentemente a través de la Organización Empresarial del ramo o sector de que se trate.

B. La Organización Empresarial de que se trate revisará y analizará la cuestión planteada y, en caso de estimarla pertinente, la presentará al Subcomité correspondiente del CEP.

C. El Subcomité correspondiente del CEP analizará el planteamiento, debiendo en todos los casos emitir una resolución analítica sobre la pertinencia de la cuestión y, de ser el caso, formulará un proyecto de recomendación.

D. La propuesta de recomendación será presentada al CEP, el que decidirá por consenso sobre la recomendación.

E. Las recomendaciones se incorporarán a un catálogo que se difundirá para propiciar el mejoramiento de las prácticas comerciales, en el marco de los Principios Rectores establecidos en este Convenio de Concertación.

CAPITULO IV

Programa de Apoyo para la Modernización y Mejora del Micro, Pequeño y Mediano Comercio

DECIMA CUARTA. - Programa de Apoyo.

Las Partes de este Convenio continuarán y eficientarán su colaboración para impulsar actividades de fomento y esquemas de apoyo para la modernización y mejora de MIPYMES, así como para la integración y eficiencia de las cadenas productivas y el desarrollo de la competitividad de proveedores nacionales en general y de proveedores regionales en lo particular.

DECIMA QUINTA. - Objetivos.

Los objetivos del Programa de Apoyo para la modernización y mejora de las MIPYMES serán consistentes con las siguientes actividades generales de apoyo a las MIPYMES:

1. Generar un entorno económico adecuado que desarrolle e incremente la competitividad y que incentive la creación de nuevas empresas.

2. Incrementar la competitividad de las empresas, a través del desarrollo de las capacidades necesarias para su participación exitosa en el mercado.

3. Fortalecer los sectores productivos del país para generar empresas competitivas dentro de una articulación regional, que genere una sinergia de crecimiento con calidad.

Para llevar a cabo las acciones voluntarias de apoyo se fortalecerá la coordinación entre “La Secretaría”, las Organizaciones y las Empresas.

DECIMA SEXTA. - Operación del Programa.

1.- “La Secretaría”, las Organizaciones y las Empresas que colaboren para que el Programa cumpla con sus objetivos de fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, impulsarán el desarrollo de la cadena de valor, promoviendo que las empresas sean canales de apoyo a la red de proveedores, aprovechando recursos públicos y privados.

2.- Las Organizaciones Empresariales colaborarán en la creación y fortalecimiento de organizaciones civiles, institutos o cualquier otra figura análoga dedicada al fortalecimiento de las capacidades de las MIPYMES como proveedores y/o distribuidores de grandes empresas.

3.- Las Organizaciones, las Empresas y “La Secretaría” fomentarán el uso más intensivo de las tecnologías de información y comunicación en los procesos productivos y comerciales, con el fin de elevar la competitividad de las cadenas de valor, especialmente de las micro, pequeñas y medianas empresas que participen en ellas.

4.- Se establecerá un Grupo Especial de Trabajo para la coordinación y operación de este Programa, en los términos que establezcan las Reglas de Organización y Funcionamiento del CEP.

CAPITULO V

Secretaría de Economía

DECIMA SEPTIMA. - Atribuciones Específicas.

“La Secretaría” llevará a cabo las siguientes funciones:

1.- Difundir el presente Convenio de Concertación.

2.- Analizar el informe de evolución y cumplimiento de las prácticas comerciales contenidas en este Convenio, así como las que adicionalmente se analicen y propongan por parte del CEP, en los términos de este Convenio. Asimismo dar a conocer ese informe a la Comisión Federal de Competencia.

3.- Realizar acciones para fortalecer la competitividad de las Empresas, a través de actividades orientadas a evitar cualquier tipo de práctica ilegal, como en el caso de contrabando, piratería, ambulante, corrupción y mercado negro, entre otras.

4.- Difundir las mejores prácticas de proveeduría y de comercio que se realicen en México, con el objeto de que sirvan de base para el buen desarrollo de las relaciones entre compradores y vendedores.

5.- Canalizar apoyos para el desarrollo de proveedores a través del Fondo PYME y de los mecanismos financieros y de asistencia técnica de que dispone.

- 6.- Apoyar, a petición del CEP, en las tareas necesarias para el mejor cumplimiento de este Convenio.
- 7.- Ser depositaria del convenio y administrarlo en los términos que se convengan con el CEP conforme se establece en la cláusula vigésima segunda de este Convenio.
- 8.- Rendir cuentas y presentar información de manera periódica, con la finalidad de dar transparencia a las acciones.
- 9.- Promover la adhesión de Organizaciones y Empresas al Convenio.

CAPITULO VI

Otras Disposiciones

DECIMA OCTAVA.- Modificación.

Las modificaciones a este instrumento que acuerden por consenso las Partes podrán efectuarse únicamente mediante convenio celebrado por escrito.

DECIMA NOVENA.- Vigencia.

La vigencia del presente instrumento será a partir de su suscripción, no está sujeta a un plazo, y por consiguiente es indefinida. Estará vigente para cada Parte hasta que la Parte de que se trate decida separarse del mismo mediante comunicación escrita al Subcomité que se establezca para el estudio y seguimiento de prácticas comerciales.

Las prácticas comerciales que se establezcan conforme a lo dispuesto en este Convenio entrarán en vigor a partir de la fecha que en cada caso sean precisadas o determinadas por el CEP, de tal manera que las Partes puedan realizar lo necesario para ajustar sus actividades al cumplimiento de la práctica de que se trate.

VIGESIMA.- Adopción del Convenio.

Las Partes se comprometen al estricto cumplimiento y aplicación del presente instrumento.

VIGESIMA PRIMERA.- Adhesión al Convenio.

La adhesión por parte de Empresas y Organizaciones a este Convenio se realiza mediante la suscripción de este Convenio y, a partir de su celebración, se realizará a través de su manifestación formal e individualizada, mediante escrito dirigido al Comité Ejecutivo Permanente, cumpliendo con los requisitos formales que al efecto sean establecidos por el propio CEP. Satisfechos esos requisitos, las Empresas y Organizaciones que lo suscriban se obligarán recíprocamente, en sus relaciones comerciales, a las disposiciones establecidas en este Convenio.

La adhesión al presente Convenio no implica de manera alguna el establecimiento de una relación comercial, así como tampoco la promesa de establecerla a futuro con alguna o cualquiera de las Organizaciones o Empresas que sean parte de este Convenio.

VIGESIMA SEGUNDA.- Administración del Convenio.

El CEP conjuntamente con "La Secretaría" determinará la forma y la organización para llevar a cabo lo siguiente:

- 1.- Difundir y promover este Convenio, con el fin de ampliar el número de Partes mediante adhesión y dar a conocer la lista de Partes.
- 2.- Recibir solicitudes de adhesión al Convenio en el formato y en la forma electrónica que al efecto se establezca por el CEP, e integrar la lista de Partes.
- 3.- Actualizar el registro de Organizaciones y Empresas que se adhieran al Convenio, y publicarlo en Internet.
- 4.- Recibir, inscribir en el registro de partes y difundir las solicitudes de separación del Convenio.
- 5.- Dar publicidad y transparencia a las actividades del CEP, de los Subcomités y Grupos de Trabajo que se conformen, mediante la publicación de sus actividades por Internet.

La Dirección General de Comercio Interior y Economía Digital será la unidad administrativa responsable del seguimiento de los compromisos que asume “La Secretaría” en este Convenio.

“La Secretaría” y las Organizaciones Empresariales que suscriben este Convenio serán depositarias cada una de ellas de un ejemplar auténtico del mismo.

VIGESIMA TERCERA- Interpretación y competencia.

El presente Convenio es producto de la buena fe. Las dudas que se originen con motivo de la interpretación, instrumentación o cumplimiento que se deriven de este instrumento jurídico, se resolverán de común acuerdo. A ese efecto el CEP establecerá un mecanismo amistoso de solución de diferencias, el cual consistirá en un procedimiento de avenimiento. Son materia de concertación las relaciones de coordinación y colaboración con “La Secretaría” que se establecen en este Convenio.

Lo establecido en esta cláusula no será aplicable a las controversias mercantiles entre Empresas que sean Parte, puesto que en estos casos se estará a lo dispuesto por la cláusula décima segunda de este Convenio. Las cuestiones relativas a relaciones y prácticas comerciales que se establecen en este Convenio y que deriven del mismo son de naturaleza mercantil.

Para el caso de controversias que se susciten en materia de la concertación con la Secretaría, éstas se sujetarán a lo dispuesto en la Ley de Planeación.

VIGESIMA CUARTA.- Agenda de trabajo.

A fin de dar cumplimiento a lo establecido en el presente Convenio de Concertación, las Partes acuerdan que el CEP convendrá una agenda de trabajo, debidamente calendarizada, en su primera sesión de trabajo, la que se celebrará durante los siguientes quince días a partir de la fecha de suscripción de este Convenio.

VIGESIMA QUINTA.- Anexos.

? Anexo 1 Primera integración del CEP.

? Anexo 2 Agenda Inicial de Trabajo.

Estos Anexos formarán parte de este Convenio.

El presente Convenio de Concertación se firma en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los treinta días del mes de mayo de dos mil seis.- Secretaría de Economía: el Secretario de Economía, **Sergio Alejandro García de Alba Zepeda**.- Rúbrica.- Organizaciones y Empresas: Confederación Nacional de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos CONCAMIN: el Director General, **Gerardo Barrios Espinosa**.- Rúbrica.- Confederación Nacional de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo CONCANACO: el Director General, **Eduardo García Villaseñor**.- Rúbrica.- Cámara Nacional de la Industria y de la Transformación CANACINTRA: el Presidente, **Cuauhtémoc Martínez García**.- Rúbrica.- Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México CANACO: el Presidente, **Lorenzo Ysasi Martínez**.- Rúbrica.- Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias CANAINCA: el Presidente, **Vicente López Abad**.- Rúbrica.- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. ANTAD: el Presidente, **Vicente Yáñez Solloa**.- Rúbrica.- Consejo Nacional Agropecuario, A.C. CNA: el Presidente, **Jaime Yesaki Cavazos**.- Rúbrica.- Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo, A.C. CONMEXICO: el Presidente, **Enrique de la Madrid Cordero**.- Rúbrica.- Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V.: el Vicepresidente, **Raúl Argüelles Díaz González**.- Rúbrica.- Sinergia de Autoservicios, S. de R.L. de C.V.: el Director General, **José Luis de Cortina Camou**.- Rúbrica.

PUBLICACIÓN: 28.07.06

ANEXO 1 PRIMERA INTEGRACION DEL CEP EN EL CONVENIO DE CONCERTACION PARA LA MEJORA CONTINUA DE PRACTICAS COMERCIALES COMPETITIVAS Y DE FOMENTO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL EJECUTIVO FEDERAL A TRAVES DE LA SECRETARIA DE ECONOMIA, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA “LA SECRETARIA” Y, POR LA OTRA PARTE, LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE LA CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIAL QUE LO SUSCRIBEN Y LAS QUE EN EL FUTURO SE ADHIERAN, EN LO SUCESIVO “LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS”.

El CEP estará integrado en los términos de la cláusula cuarta del Convenio por los representantes titulares y suplentes de cada una de las siguientes Organizaciones y Empresas:

CONFEDERACION NACIONAL DE CAMARAS INDUSTRIALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS (CONCAMIN).

CONFEDERACION NACIONAL DE CAMARAS DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO (CONCANACO).

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA Y DE LA TRANSFORMACION (CANACINTRA).

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE CONSERVAS ALIMENTICIAS (CANAINCA).

CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO (CANACO).

CONSEJO NACIONAL AGROPECUARIO A.C. (CNA).

ASOCIACION NACIONAL DE TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y DEPARTAMENTALES A.C. (ANTAD).

CONSEJO MEXICANO DE LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS DE CONSUMO A.C. (CONMEXICO).

NUEVA WAL-MART DE MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.

SINERGIA DE AUTOSERVICIOS, S. DE R.L. DE C.V.

ANEXO 2 AGENDA INICIAL DE TRABAJO DEL CONVENIO DE CONCERTACION PARA LA MEJORA CONTINUA DE PRACTICAS COMERCIALES COMPETITIVAS Y DE FOMENTO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL EJECUTIVO FEDERAL A TRAVES DE LA SECRETARIA DE ECONOMIA, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA “LA SECRETARIA” Y, POR LA OTRA PARTE, LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES DE LA CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIAL QUE LO SUSCRIBEN Y LAS QUE EN EL FUTURO SE ADHIERAN, EN LO SUCESIVO “LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS”.

- 1.- Conformación e instalación de Subcomités y sus agendas específicas de prioridades.
 - 2.- Establecimiento de agenda específica en cuanto a aspectos prioritarios de solución de controversias.
 - 3.- Definición de formato y procedimiento de adhesión al Convenio.
 - 4.- Determinación de la forma de realizar las actividades de administración del Convenio y fuentes de recursos.
 - 5.- Reglas de organización y funcionamiento de los Subcomités.
 - 6.- Programa de apoyo a PYMES y fomento a compras regionales.
 - 7.- Desarrollo de reglas específicas de prácticas comerciales, las cuales deben incluir entre otros los siguientes temas: ventas por debajo de costo, devoluciones, uso de marcas propias y responsabilidad de proveedores y detallistas por incumplimiento de normas oficiales mexicanas.
 - 8.- Desarrollo de un glosario de términos y definiciones.
-