

Código de Buenas Prácticas:

Los miembros adheridos al Convenio, se comprometen a regir sus relaciones comerciales observando las siguientes prácticas comerciales competitivas:

1. **Pagos.** Las facturas deben pagarse puntualmente conforme a los términos y condiciones pactadas por escrito entre las partes con anterioridad a la entrega de la mercancía relevante.
2. **Descuentos.** La parte compradora no efectuará, en forma directa o indirecta, descuentos o reducciones unilaterales a los precios previamente pactados entre las partes. Se considerarán descuentos o reducciones unilaterales aquellos respecto de los cuales no conste un soporte por escrito firmado por algún representante comercial de la Parte Vendedora. Todo supuesto de descuento o reducción en el precio previamente pactado, deberá ser acordado por escrito entre las partes antes de que los suministros relevantes de dicho producto se hayan hecho.
3. **Devoluciones y Rechazos.**

3.1 Devoluciones:

Procederán las devoluciones de aquella mercancía recibida por la parte compradora en la que se actualicen los supuestos previamente pactados por escrito entre las partes.

Además deberán darse en los plazos y condiciones acordados para validar que se cumple con lo pactado y verificar que la mercancía no se encuentre fuera del rango de caducidad acordada.

En adición a lo pactado entre las partes, los supuestos bajo los cuales podrán efectuarse devoluciones son cuando la mercancía objeto de la misma:

- a. No cumpla con los estándares de calidad requeridos y previamente pactados por escrito entre las partes;
- b. Cuando en el Centro de Distribución el comprador hubiere recibido la caja en buenas condiciones sin la revisión a detalle del contenido y ya en la tienda se identifica que el producto viene dañado de origen;
- c. Cuando ocurra la entrega directa del proveedor a la tienda y se detecta el daño al abrir las cajas;
- d. No cumpla con las disposiciones jurídicas aplicables al mismo;
- e. Se encuentra al momento de su entrega fuera del rango de caducidad acordada;
- f. Cuando al deshacer el embalaje de la mercancía se encuentren fallas de origen a nivel de artículo; y
- g. Cuando las partes así lo convengan por escrito.

3.2 Rechazos:

Procederán los rechazos de aquella mercancía presentada por el vendedor al comprador, en la que se actualicen los supuestos previamente pactados por escrito entre las partes.

En adición a lo pactado entre las partes, los supuestos bajo los cuales podrán efectuarse rechazos son cuando la mercancía objeto de la misma:

- h. No se encuentre respaldada por una orden de compra.
- i. Fuera entregada en fecha distinta a la pactada, salvo por causas imputables a la parte compradora.
- j. Corresponda a un pedido vencido.
- k. No venga acompañado por la documentación aplicable.
- l. Se encuentre en condiciones de embalaje y/o emplayado distintas a las acordadas entre las partes.

El motivo de la devolución o rechazo deberá constar por escrito y sustentarse en algunas de las causales de devolución y rechazo.

Cuando la falta sea imputable a la parte vendedora, ésta acreditará a la parte compradora dentro del plazo que ambas partes acuerden la acción inmediata adoptada para corregir sus procesos de suerte tal que en lo sucesivo cumpla en tiempo y forma la entrega de los pedidos de la parte compradora.

4. **Ventas debajo de costo.** *Las partes se sujetarán a lo establecido en la Ley Federal de Competencia Económica y demás disposiciones en la materia.*
5. **Cambio de precios.** *Los proveedores deberán notificar los cambios de precios con un plazo no menor a siete (7) días naturales en el caso de productos frescos y a treinta (30) días naturales en el caso de los demás productos, a la fecha a partir de la cual aplicarán los cambios.*

Estos plazos podrán reducirse en caso fortuito o por un cambio inesperado o importante del costo de los insumos, previo acuerdo entre las partes. Para efectos de esta práctica, se entenderá por productos frescos los que no están sujetos a un proceso de industrialización.

Transcurrido el plazo aplicable, cualquier orden de compra emitida por el comprador será pagada al proveedor tomando como referencia el nuevo precio, salvo que el comprador haya notificado por escrito al proveedor, su no aceptación dentro de los plazos establecidos en el primer párrafo, en cuyo caso el proveedor podrá dejar de surtir el producto correspondiente.

En ningún caso será válido que el comprador exija la presentación de tickets o cualesquiera otros documentos expedidos por otros compradores, para que pueda darse un cambio de precios.

Cuando dentro de los tres (3) días naturales siguientes a que un proveedor haya notificado un cambio de precio el comprador le haga llegar volantes o folletos de promociones vigentes circulados o impresos antes de la notificación de dicho cambio, el proveedor ajustará la entrada en vigor del cambio del precio a la duración de la promoción impresa.

6. **Especificaciones de Calidad.** *La parte vendedora será responsable de que los productos que suministre a la parte compradora cumplan las especificaciones técnicas y de calidad pactadas.*

6.1 Elaboración del producto:

- a. *La parte compradora comunicará a la parte vendedora los estándares y especificaciones relevantes de los productos, por escrito, previa celebración de un contrato de suministro u orden de compra.*
- b. *La parte vendedora se obliga a cumplir las especificaciones técnicas y de calidad de los productos adquiridos por la parte compradora.*

6.2 Permanencia en los almacenes y el anaquel:

- c. *La parte compradora se compromete a mantener la calidad y todas las especificaciones pactados de los productos durante su estancia en sus almacenes y anaqueles.*
- d. *En el caso de que se haya pactado por escrito responsabilidad de la parte vendedora en la administración del anaquel, ésta será responsable cuando la merma de calidad sea imputable al manejo de la mercancía en el anaquel.*

7. **Marcas propias.** Ambas partes se comprometen en el marco de la normatividad aplicable a no llevar a cabo prácticas encaminadas a confundir al consumidor en su elección de compra mediante la utilización de combinaciones de etiquetado, colores y/o empaques similares, de conformidad con la Ley de Propiedad Industrial.

No se podrá utilizar información confidencial, como planes de lanzamiento, investigación y desarrollo o campañas de promoción, en beneficio de la marca de comprador.

8. **Cumplimiento del marco normativo.**

8.1 De la fabricación: La parte vendedora se obliga a:

- a. Cumplir con los requerimientos y estándares de su industria que exijan las leyes de México, incluyendo las NOM y aquellas NMX que hubiera referido conforme a lo que establece el artículo 51ª de la Ley de Metrología y Normalización;
- b. Sacar en paz y a salvo a la parte compradora, cuando sea imputable a la parte vendedora, de cualquier proceso que se instaure en su contra al efecto y en caso de cualquier sanción, infracción o perjuicio por dicho incumplimiento, indemnizará a la parte compradora en caso de resolución de la autoridad competente.

8.2 Propiedad Industrial:

La parte vendedora se compromete a que los productos entregados no infrinjan de manera alguna las leyes y/o regulaciones en materia de marcas y/o patentes y/o derechos de autor, en la inteligencia de que de ser el caso, deberán proporcionar las licencias o franquicias que le legitime para su legal comercialización.

- c. Para el caso de comercialización de mercancías de marcas propias la parte compradora se compromete a lo mismo que la parte vendedora en el inciso anterior.

9. **Compras / Ventas condicionadas.** La compra venta de productos será pactada individualmente, sin condicionar la compra de alguno de ellos a la compra de otros, a la adquisición de bienes o servicios de un tercero, o a condiciones restrictivas para negociar con otros proveedores o adquirentes si tienen por objeto o efecto disminuir la competencia de manera substancial, conforme a lo establecido en la Ley Federal de Competencia Económica y demás disposiciones en la materia.
10. **Medios de presión.** El respeto a los acuerdos de negociación de las partes, elimina cualquier práctica unilateral como medio de presión a la resolución de alguna diferencia entre las partes, como serían: suspensiones de compras o entregas de producto, descuentos o cargos por gastos de promoción o mercadotecnia, reducción o aumentos de precios, etc.
11. **Prácticas monopólicas.** Las partes se abstendrán de incurrir en prácticas que tengan como fin desplazar ilegalmente a sus competidores o disminuir la competencia o libre concurrencia en el mercado relevante. Concretamente se obligan a abstenerse de realizar cualquier práctica monopólica absolutas o relativas con forme a lo previsto en la Ley Federal de Competencia Económica.
12. **Orden de compra.** La parte compradora mantendrá en la orden de compra una leyenda conforme a la cual se proporcione a la parte proveedora la posibilidad de rechazar dentro de un plazo determinado la orden de compra, mismo que no podrá ser menor a tres días hábiles, aclarando que de no existir el rechazo expreso, se tendrá por aceptada en los términos publicados por la parte compradora. Se entenderá por día hábil los que corran solamente de lunes a viernes no identificados como de descanso obligatorio por el artículo 74 de la Ley Federal del Trabajo.

Las órdenes de compra o el documento que refleje el acuerdo de los precios pactados entre las partes contendrá el precio de compra. La parte vendedora podrá rehusar la aceptación de la orden de compra cuando la orden consigne un precio menor al pactado por las partes.

13. **Entregas Completas y a Tiempo.** La parte vendedora surtirá de manera completa y a tiempo las órdenes de compra que no haya rechazado, en los términos y condiciones acordados previamente entre las partes.

Los términos y condiciones acordados por las partes considerarán, al menos, lo siguiente:

- a. **Esquemas claros de entrega recepción** para las partes.
 - b. De existir, la **actualización de los catálogos electrónicos de productos**, de conformidad con los estándares establecidos por Global Standard 1 (GS1) o cualquier otro autorizado.
 - c. De existir un **programa de compras o pronóstico** (forecast), éste deberá ser validado junto con los proveedores y estar sujeto a actualizaciones y programa de mejora continua. Lo anterior sin perjuicio de que las partes puedan acordar pedidos extraordinarios a lo largo de su relación comercial.
14. **Márgenes de Utilidad.** A partir del precio de compra-venta acordado libremente de manera previa entre las partes, la parte compradora podrá determinar sus márgenes de utilidad.

Independientemente de las causas que lo motiven, la parte compradora no podrá trasladar al proveedor los costos derivados de cualquier estrategia comercial propia o frente a terceros.

15. **Contratos.** Las partes pueden negociar libremente los términos y condiciones de los contratos o acuerdos de proveeduría que suscriban, pero en ellos deberán reflejar el espíritu y cumplimiento de las prácticas previstas en el presente Código de Prácticas Comerciales Competitivas para evitar asimetrías en el poder de negociación entre compradores y vendedores.

Las empresas proveerán lo necesario para determinar contractualmente, preferentemente por escrito, sus relaciones comerciales y para dar cabal cumplimiento a los compromisos contraídos en el Convenio y el Código, evitando en lo razonablemente posible diferencias con su contraparte.

16. **Promotor de buenas prácticas.** Con el afán de establecer un mecanismo interno de solución de disputas, las organizaciones y empresas adheridas darán a conocer el nombre de la persona que funja dentro de su organización como Promotor de Buenas Prácticas (PBP). Será responsabilidad del PBP implementar acciones que permitan desarrollar una cultura organizacional alineada al Código de Prácticas Comerciales Competitivas.