



Acuerdo Unificado sobre buenas prácticas industriales, comerciales y defensa del consumidor

Entre los abajo firmantes ANDI – ACOPI, FENALCO y los demás adherentes, en su calidad de gremios representantes de empresas proveedoras de bienes y servicios de uso o consumo masivo, y de los supermercados, hipermercados y grandes tiendas, de común acuerdo, y

CONSIDERANDO

Que en el mejor interés de las partes firmantes y buscando alcanzar acuerdos y compromisos mutuos para establecer reglas claras de comportamiento comercial decidimos voluntariamente suscribir este acuerdo.

Que la libre y leal competencia, al igual que el respeto de los derechos de los consumidores, son presupuestos indispensables para el desarrollo de la actividad empresarial.

Que es nuestra decisión institucional, como suscriptores de esta declaración, ratificar nuestro compromiso en el cumplimiento de las normas legales vigentes en materia de defensa al consumidor, prácticas restrictivas de comercio y leal competencia.

Que como suscriptores de esta declaración queremos establecer una relación constructiva, gana – gana, de verdaderos socios comerciales con visión de largo plazo, donde las diferencias se diriman mediante la negociación.

Industria y comercio están comprometidos con el mejoramiento del nivel de vida de los consumidores.



Generar un encadenamiento armónico entre industria y comercio, permite un ambiente de competitividad de cara a las exigencias del TLC, ALCA y demás tratados de libre comercio.

Reglas claras entre industria y comercio son fundamentales ante la existencia de fortalecimiento de sus instituciones y creciente inversión en Colombia.

Dentro de una economía de libre mercado, el esfuerzo de autorregulación y la solución de controversias por los propios agentes económicos es esencial.

La sofisticación y crecimiento de la cadena de abastecimiento permite nuevas opciones de productos para el consumidor y un mejoramiento en la productividad y competitividad del país.

ACORDAMOS

I. AMBITO DE APLICACIÓN DEL ACUERDO

En relación con el ámbito de aplicación del Acuerdo existe consenso en cuanto a la necesidad de que tenga cobertura general, de tal forma que sea el marco autorregulatorio de todas las relaciones comerciales que desarrollen los proveedores con el comercio, sin intervención estatal mediante ley o decreto.

Proveedores y cadenas de almacenes se comprometen a desarrollar sus relaciones comerciales bajo las directrices del presente Acuerdo, lo cual incluye la aceptación de los mecanismos de solución de conflictos, para lo cual el presente Acuerdo hará parte integral de los acuerdos comerciales individuales que se suscriban entre los mismos.

En el evento en que entre un operador en el mercado, sea proveedor o cadena, que amenace o distorsione de manera ostensible la operatividad del presente Acuerdo, el afectado solicitará al gremio que lo representa que convoque a una reunión inmediata con los gremios que suscriben este acuerdo a fin de encontrar soluciones rápidas y efectivas en un término máximo de un mes. Vencido el plazo, y revisada la situación, sin llegar a la solución, el afectado podrá suspender transitoriamente el cumplimiento de este Acuerdo.



Cuando exista una legislación del estado, que disponga de manera contraria a lo dispuesto en el presente acuerdo, se buscará por parte de los gremios que suscriben este acuerdo, una nueva regulación sobre lo que resulte inaplicable. Entre tanto, regirá la nueva legislación.

Este Acuerdo será suscrito por los gremios que representan a cadenas y proveedores y a él se podrán adherir todos los gremios que lo consideren.

Los gremios firmantes y adherentes al presente Acuerdo lo darán a conocer a sus afiliados y en general a quienes participan en el mercado para promover su conocimiento, efectividad y aplicación general.

Que por sus características la PYME tiene efectos positivos en términos distributivos, de mejoramiento de la competencia, generación de empleo y en general por las consecuencias que su desarrollo proporciona en los ámbitos social y económico.

Cuando una cadena y/o proveedor invoque para sí la aplicación del presente Acuerdo, deberá acreditar que lo ha suscrito en relación con la parte a quien lo invoca.

Los gremios efectuarán seguimiento periódico a la ejecución y desarrollo del presente acuerdo.

Este acuerdo tiene vigencia a partir de su suscripción.

II. PRINCIPIOS Y CONDUCTAS GENERALES

1. Asegurar que los bienes y servicios ofrecidos al consumidor sean de la calidad anunciada y sus precios razonables y de mercado.
2. Suministrar información veraz y suficiente sobre los bienes y servicios fabricados y ofrecidos, de tal suerte que un consumidor medianamente diligente esté en condiciones de tomar su mejor decisión. En tal sentido, proveedores y expendedores observarán especial cuidado en el cumplimiento de las disposiciones que les corresponden, de acuerdo con su condición.



3. Atender las consultas y reclamos con celeridad, mediante mecanismos adoptados para el efecto y puestos en conocimiento del público. En todo caso, los proveedores y expendedores, en lo relativo a la responsabilidad que le compete a cada cual, ofrecerán mecanismos ágiles y expeditos que garanticen el adecuado cumplimiento de la eventual responsabilidad por productos defectuosos y de la garantía de calidad e idoneidad de los bienes puestos en circulación en el mercado.

4. Proveedores y expendedores ratifican su compromiso de obrar con lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales, evitando actos o conductas de competencia desleal, y velar por el mantenimiento de un sistema de libre competencia, brindando especial importancia a las normas legales sobre prácticas restrictivas de comercio.

5. Promover la creación de ventajas competitivas en los sistemas productivos y comerciales en condiciones que beneficien a todos los eslabones de la cadena, especialmente al consumidor, implementado políticas y programas que permitan una reducción de costos tanto a proveedores como a expendedores. Tales programas incluirán inversión tecnológica, tendiente a mejorar la eficiencia logística y administrativa, así como a lograr la disminución de mermas originadas en embalajes, transporte, entregas y hurto de productos especialmente proclives al mismo, en las condiciones y términos que acuerden las partes. En todo caso, la adopción de nuevas tecnologías incorporará regímenes de transición que permitan contar con un plazo prudencial para realizar la correspondiente adaptación, atendiendo igualmente la capacidad financiera e infraestructura de cada proveedor, especialmente en el caso de las PYMES, las cuales, de ser pertinente, podrán cumplir tales exigencias individualmente o de manera asociativa.

Cualquier modificación a los sistemas logísticos, preservará un nivel de información equivalente al existente antes de implementar la modificación en caso de que el nuevo sistema lo permita, y generará indicadores que posibiliten medir el nivel de servicio del nuevo sistema.

6. Desarrollar acciones conjuntas que ayuden al Estado a enfrentar el comercio ilegal, el contrabando, la usurpación de marcas, así como propiciar los productos de buena calidad.

7. Preservar la flexibilidad de proveedores y comerciantes para responder a las estrategias de mercadeo propias de la creciente competencia económica, dando estricto cumplimiento a las normas de promoción de la competencia, de forma que se eviten acuerdos que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio, de acuerdo con las disposiciones legales.



8. Ratificar la libre determinación contractual de proveedores y comerciantes en sus relaciones, de tal forma que regulen sus condiciones comerciales, mediante acuerdos celebrados utilizando las formas que en cada caso se consideren pertinentes, propiciando la transparencia en dichas relaciones y el posicionamiento y la protección de las marcas en los términos del marco legal sobre propiedad industrial.

9. Las relaciones contractuales entre proveedores y expendedores, con plena información previa de unos y otros, podrán ser objeto de modificación de acuerdo con la dinámica del mercado, conforme a las normas legales que la consagran tácita o expresamente, y mediante negociación de las partes. En consecuencia, proveedores y expendedores cumplirán mutuamente con las obligaciones en la forma estipulada y se abstendrán de cobros unilaterales cuyas modalidades no están acordadas previamente en los contratos. Todo lo anterior, sin perjuicio de las formas de terminación de los contratos comerciales acordadas por las partes o consagradas en la ley.

10. Propender por la transparencia de la información comercial, de tal forma que las partes suministren información que sea oportuna, veraz y completa. En consecuencia, las partes acuerdan que tanto en la celebración, como durante la ejecución de los respectivos convenios, se conozca claramente el alcance de sus obligaciones, de tal forma que las condiciones de negociación, tales como plazos para pago, entregas, descuentos y devoluciones de mercancías, se lleven a cabo de conformidad con los términos negociados y acordados por las partes.

11. Evitar la aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a una cadena de almacenes o proveedor, en situación desventajosa frente a otra cadena de almacenes o proveedor de condiciones análogas.

12. Abstenerse, tanto proveedores como cadenas de almacenes, de disminuir los precios por debajo de los costos cuando tal conducta tenga por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de éstos, salvo acuerdo entre las partes dentro de los límites de la ley.

13. Las partes adoptarán, dentro de los convenios, las medidas necesarias para mantener el abastecimiento adecuado de la demanda de bienes y servicios.

14. PYMES. Sin perjuicio de los criterios de selección de proveedores por parte de las cadenas de almacenes relacionados con el cumplimiento de los estándares de calidad requeridos para satisfacer adecuadamente al consumidor, la capacidad para atender la demanda y demás aspectos logísticos requeridos en cada caso, las cadenas de



almacenes posibilitarán el ingreso de productos elaborados por micro, pequeñas y medianas empresas PYMES propiciando su fortalecimiento como proveedores del canal. Igualmente, las cadenas de almacenes, propenderán por condiciones de negociación acordes a la naturaleza de estas empresas, y en especial por la estipulación de plazos convenientes para el pago.

15. La cadena de almacenes será considerada proveedor con respecto de los productos que importe. Así mismo, los fabricantes de marcas propias de los comerciantes, tendrán para efectos de este acuerdo las mismas condiciones que los demás proveedores.

16. Las partes reconocen que la actividad mercantil que desarrollan productores y comercializadores, es dinámica. En consecuencia, es entendible la variación que se va suscitando en el mercado para ampliar su tamaño y beneficiar al consumidor, dentro de los límites propios de la autonomía de cada cual en su actividad, así como de los establecidos en la ley y en el presente Acuerdo.

17. Tanto productores como comercializadores se comprometen a trabajar conjuntamente en la mejora continua de los estándares de calidad del mercado.

18. Proveedores y cadenas ratifican su compromiso ético en sus relaciones. En el caso que tengan conocimiento de cualquier comportamiento contrario a la ética, adoptarán con celeridad drásticas sanciones y soluciones, en aras de preservar la relación comercial cuando ello sea procedente.

III. REGLAS ESPECIFICAS DE CONDUCTA DE PROVEEDORES Y CADENAS DE ALMACENES EN SUS RELACIONES COMERCIALES

Proveedores y cadenas de almacenes se comprometen a cumplir, en sus relaciones comerciales, las reglas de conducta que a continuación se acuerdan:

PRECIOS PREDATORIOS

Cadenas y Proveedores consideran ilegítima la práctica restrictiva de precios predatorios. Por regla general deberán vender por encima del precio de su respectivo costo, salvo en casos puntuales y temporales, tales como discontinuidad, fin de temporada, caducidad inminente, productos averiados. Para estos casos, se procederá en los plazos mas cortos posibles.



ACUERDOS COMERCIALES Y PLAZOS PARA EL PAGO

Los proveedores y las cadenas de almacenes deberán cumplir estrictamente con lo estipulado en sus Acuerdos comerciales, incluyendo lo relativo a estipulaciones financieras, precios, descuentos, condiciones y oportunidad de entrega de productos, recibo de los mismos y plazos para el pago.

En caso de requerirse, durante el periodo de vigencia del respectivo Acuerdo celebrado entre proveedor y comerciante, la realización de modificaciones o adiciones a condiciones allí contenidas, el comerciante y/o proveedor propondrá la modificación y/o adición del caso a la otra parte, quien gozará de plena libertad para aceptar o no la propuesta, sin que de su negativa pueda derivarse retaliación de la parte respectiva.

COBROS UNILATERALES

Los proveedores y cadenas de almacenes no podrán realizar cobros unilaterales ni notas débito por productos y/o servicios que no se encuentren pactados en el Acuerdo Comercial.

VIGENCIA DE LOS ACUERDOS COMERCIALES

Las negociaciones celebradas por proveedores y comerciantes tendrán vigencia durante el año calendario respectivo, salvo en los casos en que individualmente se pacte una duración diversa. Durante el inicio de la fase de concertación de las negociaciones, los comerciantes deberán informar a los proveedores el término de vigencia que regirá el acuerdo a celebrarse. En consecuencia, cuando la vigencia del acuerdo se haya programado para año calendario, una vez celebrado, sus efectos podrán aplicarse a los servicios y/o suministros realizados desde el 1 de enero de la respectiva vigencia, salvo acuerdo diverso de las partes.

En caso de nuevos servicios no contemplados en el Acuerdo Comercial vencido y/o vigente, su pago será exigible cuando exista acuerdo entre las mismas, el cual, una vez celebrado, tendrá efectos desde el momento en que haya iniciado la prestación efectiva del servicio.



CAMPAÑAS PROMOCIONALES

1. La participación de los proveedores en las campañas promocionales realizadas por las cadenas de almacenes deberá ser acordada entre las partes.
2. Sin embargo, en los eventos en que las cadenas de almacenes realicen motu proprio una promoción, podrán invitar a los proveedores a colaborarles en los costos en que hayan incurrido.
3. La participación de los proveedores en campañas promocionales es voluntaria, de tal forma que la negativa a participar en las mismas no podrá dar lugar a ningún tipo de retaliación.
4. Cuando un proveedor haya pactado el plan promocional que durante la respectiva vigencia anual implementará con una cadena, las cadenas competidoras no podrán adoptar retaliaciones por no haberlos incluido en sus respectivos Acuerdos Comerciales.
5. Cuando se presente excesos de inventarios las partes podrán acordar las estrategias comerciales para solucionar tal situación.
6. En los eventos en que una actividad promocional, espacios en estantería o exhibición adicional haya sido pactado y no sea cumplida en los términos convenidos, el proveedor deberá comunicar tal situación a la cadena la cual deberá ofrecer una contrapartida acordada entre las partes.

EXHIBICIÓN EN GÓNDOLAS

Previa la celebración del Acuerdo Comercial, las cadenas informarán al proveedor de sus servicios especiales de exhibición dentro del punto de venta.

En los Acuerdos Comerciales, las cadenas proporcionarán claridad en la metodología de cobro de dichos servicios de tal forma que el proveedor cuente con la información suficiente del valor de las contraprestaciones pactadas.

DEVOLUCIONES

- 1) Las partes deberán precisar claramente y por escrito las causales de devolución de los productos de conformidad con la categoría y características específicas de cada producto. Las cadenas de almacenes únicamente podrán abstenerse de recibir o podrán devolver el



producto, por las causales pactadas en el Acuerdo Comercial y que de conformidad con el mismo sean atribuibles al proveedor o correspondan a situaciones por las que éste se comprometa a responder.

Igualmente las cadenas de almacenes podrán abstenerse de recibir y/o devolver el producto, por el incumplimiento de los requisitos que se hayan establecido al momento de ser codificados y respecto de los cuales se haya determinado que dan lugar a devolución.

2) El proveedor no podrá exigir la aceptación de un descuento a la cadena por abstenerse de realizar devoluciones habiendo lugar a ellas, de conformidad a lo establecido en el Acuerdo Comercial, salvo que las partes convengan un arreglo comercial para la disposición del producto.

RETALIACIÓN POR DENUNCIA DE INFRACCIÓN

El proveedor y/o cadena de almacenes no podrá ejercer retaliaciones como consecuencia de la denuncia por infracciones previstas en las normas de libre y leal competencia. La denuncia ante la autoridad competente sólo procederá previo el agotamiento de los mecanismos de solución de conflictos previstos en el presente Acuerdo.

INFORMACIÓN ENGAÑOSA

Tanto proveedores como cadenas se abstendrán de utilizar información engañosa que tenga como efecto la desviación de clientela y/o la inducción a error o engaño en el mercado.

En tal caso, la parte afectada podrá, como medida preventiva a la resolución de la controversia, comunicar la suspensión automática del Acuerdo Comercial, con el fin de que sea resuelta mediante el procedimiento de solución de conflictos establecido en el presente Acuerdo de Buenas Prácticas.

CODIFICACIÓN

Se entenderá por codificación el ingreso o reingreso de productos y/o proveedores que no se encuentren en la cadena de almacenes.

Con el fin de asegurar el conocimiento de los parámetros requeridos por las cadenas de almacenes para la codificación de los productos ofrecidos por los proveedores, los requisitos que se exijan para el efecto deberán ser dados a conocer al proveedor previamente a la celebración del Acuerdo Comercial.



Partiendo de la necesidad que la cadena tenga del producto y/o proveedor y sin perjuicio de la existencia de requisitos y condiciones especiales o adicionales en cada cadena de almacenes, se consideran como requisitos mínimos generales para la codificación los siguientes:

REQUISITOS DEL PROVEEDOR

1. Generales

Ser persona natural o jurídica que tenga la condición de comerciante, de conformidad con la legislación vigente.

Matrícula y/o registro mercantil y certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio respectiva, con no más de tres meses de antigüedad.

Registro Único Tributario – RUT o documento que haga sus veces

Acreditar el régimen de IVA al cual pertenece de conformidad con las normas tributarias vigentes (Común o simplificado)

Información razonable que le permita a la cadena de almacenes verificar la moralidad comercial y la capacidad e idoneidad financiera, comercial, operativa, de producción y suministro.

2. Internos

Estar vinculado a los sistemas tecnológicos de información que se emplean por la cadena, en los eventos en que su registro o inscripción sea requerido.

REQUISITOS DEL PRODUCTO

Para la codificación de productos se verificará el cumplimiento de los siguientes requisitos, los cuales deben observarse estrictamente por parte del proveedor durante toda la vigencia del Acuerdo Comercial en caso de que haya lugar a su celebración:

1. En relación con su comercialización.

1.1. Que su comercialización ofrezca el nivel mínimo de rentabilidad determinado por la cadena para la respectiva categoría.



1.2. Que pertenezca al portafolio de productos que la compañía tiene definido dentro de su surtido.

1.3. Que exista disponibilidad de espacio en las góndolas de los almacenes. En caso de no existir espacio disponible, se evaluará en su conjunto la propuesta del proveedor, y si se considera que le da valor agregado al surtido, presenta buen nivel de rentabilidad y responde a las necesidades de los consumidores, el producto se codificará. Para efectos de la selección del producto a retirar, la cadena empleará fundamentalmente los siguientes parámetros: rotación, rentabilidad, participación de mercado, oferta completa, estacionalidad e innovación. El peso relativo de cada uno de esos parámetros será informado al proveedor cuyo producto será retirado.

1.4. Que sus condiciones de comercialización sean competitivas en el mercado, con respecto a productos de su misma categoría que posean similares características de calidad.

1.5. Que cumpla con los estándares de calidad para el tipo de producto, ofreciendo al cliente como mínimo las garantías establecidas por la ley.

1.6. Que se acredite una estructura de producción sólida y/o importación que le permita cumplir con los niveles mínimos de entrega del producto.

2. En relación con exigencias legales

El producto debe cumplir la totalidad de obligaciones legales vigentes que sean exigibles para la producción y comercialización del mismo, y en especial se verificarán las siguientes:

2.1. Cumplir con las condiciones higiénico-sanitarias establecidas en la legislación vigente, incluyendo Registro Sanitario (cuando la mercancía lo amerite) por cada producto, caso en el cual deberá encontrarse vigente durante toda la relación de suministro.

2.2. Cumplir con las normas y medidas del Sistema Internacional de Unidades (cuando corresponda), y establecer dentro de las negociaciones las acciones que sean necesarias para el cumplimiento de las obligaciones sobre Precio por Unidad de Medida –PUM- que sean exigibles en la comercialización del producto.

2.3. Cumplir con las exigencias legales sobre contenido neto y rotulado; debiendo indicarse en éste cuando menos la siguiente información: Nombre del producto, Ingredientes, Contenido neto y masa escurrida conforme al Sistema Internacional de Unidades, Nombre del fabricante y dirección, País de origen, Identificación del lote, Marcado de fecha e instrucciones para conservación, Instrucciones para uso, Número registro sanitario, Menciones obligatorias para productos nocivos para la salud. En todo caso, deberá



observarse estrictamente lo establecido en materia de información en rotulado en las normas o reglamentos obligatorios vigentes.

2.4. Cumplir con las condiciones legales relativas a seguridad de la vida e integridad personal, calidad e idoneidad de los productos, incluyendo las disposiciones concretas establecidas en estas materias por las autoridades competentes. En todo caso, los proveedores deberán responder por la garantía mínima presunta establecida en la ley, así como con la garantía de repuestos y servicio postventa para los productos que dispongan las normas legales. En caso de que el proveedor ofrezca garantías adicionales a la mínima legal, deberá cumplir estrictamente con lo anunciado.

2.5. Cumplir con los requisitos legales sobre embalaje y empaque de los productos.

2.6. Contar con Certificado de conformidad con reglamento técnico y/o norma técnica oficial obligatoria (Si hubiere lugar).

2.7. Tener Declaración y/o registro de Importación para mercancías importadas.

3. En relación con exigencias internas

3.1. Identificación de la mercancía con un solo código de barras por EAN o su equivalente, tanto en la unidad de venta o consumo, como en la de empaque.

3.2. Propender por la elaboración de un plan que contenga la estrategia para el lanzamiento del producto y su posicionamiento en la correspondiente cadena.

3.3. Contar con una adecuada presentación para ser exhibido en la góndola.

Los requisitos para la codificación serán aplicables de manera general a todos los productores y productos. En casos excepcionales que atiendan la proveeduría social o la naturaleza del producto, la cadena podrá variar y/o abstenerse de exigir algunos requisitos señalados para su codificación, pero el producto deberá cumplir con el lleno de los requisitos para su exhibición en góndola.



EXIGENCIAS SOBRE RENTABILIDAD DEL PRODUCTO

1. Las cadenas de almacenes no podrán exigir al proveedor la incorporación de cláusulas o compromisos que obliguen al proveedor a responder por una garantía de rentabilidad del producto, sin perjuicio de la observancia del nivel de rentabilidad mínimo que determine la cadena para efectos de codificar el producto y de dar lugar a la descodificación en el evento en que no se logre un acuerdo entre las partes sobre el nivel de rentabilidad que genera el producto en la categoría específica.
2. Las cadenas de almacenes no podrán exigir una contribución compensatoria al proveedor cuando una actividad promocional no cumplió las metas esperadas, salvo que se haya pactado.

MARCAS PROPIAS

Corresponde a la cadena de almacenes el diseño de la distribución y exhibición de los productos, incluyendo marcas propias, en las góndolas y lineales de los puntos de venta, de acuerdo con la ponderación que realice de criterios como la rentabilidad del producto establecida en el Acuerdo Comercial, el nivel de rotación y ventas del mismo, así como el rol que desempeña el producto en su respectiva categoría dentro de la cadena.

DESCODIFICACIÓN

La decisión de descodificar un proveedor y/o un producto, se sustentará en los parámetros preestablecidos por la cadena de almacenes, los cuales deberán darse a conocer al proveedor al momento de la celebración del Acuerdo Comercial. Sin perjuicio de la existencia de requisitos y condiciones adicionales o específicos en cada cadena, la descodificación de un proveedor y/o producto se basará en la evaluación de los siguientes:

1. En el evento en que no se logre un acuerdo entre las partes sobre el nivel de rentabilidad que genera el producto en la categoría específica de la respectiva cadena. Para este efecto se tendrá en cuenta fundamentalmente, el margen de contribución del producto y la participación en el mercado con respecto a esa específica categoría.
2. Nivel de rotación del producto, analizado en el contexto propio de la categoría a la cual pertenece y evaluado dentro del trimestre anterior.
3. Nivel de calidad del producto establecido para la codificación.



4. Cantidad y/o gravedad de reclamaciones de los clientes de la Compañía, de conformidad con los parámetros de medición de insatisfacción de clientes establecidos por cada cadena e informados previamente al proveedor. Tales parámetros deberán quedar reflejados en el Acuerdo Comercial y cualquier modificación deberá informarse al proveedor anticipadamente a su aplicación.

Lo anterior sin perjuicio de los eventos de gravedad manifiesta, incumplimiento de normas legales u orden de autoridad competente, en los cuales podrá proceder el retiro inmediato del producto y la descodificación si es del caso.

5. Por la propia decisión individual del proveedor de retirar el producto y/o productos del mercado.

6. Incumplimiento reiterado imputable al Proveedor en las entregas pactadas del producto, salvo fuerza mayor y/o culpa imputable a la Cadena o en situaciones de mora en el pago de las facturas por parte de la Cadena.

7. Incumplimiento de las condiciones comerciales pactadas, y en general, inobservancia de cualquiera de los requisitos que fueron exigidos para la respectiva codificación.

8. Suministro de información errónea que sea tomada como base para la elaboración de publicidad por parte de la cadena, la cual por tal razón tenga la condición de publicidad engañosa.

PROCEDIMIENTO ESPECIAL PARA DESCODIFICACIÓN:

Cuando la cadena encuentre una razón para descodificar a un proveedor, deberá comunicarse con él, con el fin de exponer dichas razones y llegar a conclusiones que propendan por proseguir la relación comercial. En todo caso, se le permitirá al proveedor plantear sus argumentos, los cuales deberán ser considerados por la cadena antes de tomar su decisión. De dicha deliberación se dejará constancia escrita en los términos que determinen las partes. En los eventos en que la respectiva cadena decida llevar a efecto la descodificación, deberá comunicarlo por escrito al proveedor, indicando la causa o causas que dieron origen a la misma.

Una vez descodificado, el proveedor podrá pedir la reconsideración de la descodificación presentando los argumentos que le den sustento a dicha petición, a fin de que la cadena resuelva en otro nivel diferente de la misma organización, para lo cual se utilizará el



mecanismo institucional de PQR previsto en la primera fase del procedimiento de resolución de conflictos cuyo plazo no podrá exceder de 15 días hábiles.

Se exceptuará de este procedimiento, los casos en los que se comprometa de manera inminente la salud pública, exista gravedad manifiesta, incumplimiento de normas legales u orden de autoridad competente.

En los eventos en que se use la descodificación como retaliación, o cuando el proveedor considere injustificada la descodificación, se pedirá la mediación de los Gremios correspondientes y una vez agotada esta fase, se podrá acudir a reclamar la reparación de los daños y perjuicios de conformidad con el procedimiento previsto en el presente Acuerdo.

INCUMPLIMIENTO EN PROMOCIONES

Incumplimiento de las condiciones de entrega pactadas en relación con productos que sean objeto de promociones anunciadas al público, salvo fuerza mayor comprobada, caso fortuito o incumplimiento de las condiciones que hubiese pactado la cadena con el proveedor para esa promoción específica.

SUMINISTRO DE INFORMACIÓN

Las cadenas de almacenes podrán a su criterio, suministrar al proveedor como servicio especial, la información generada en sus sistemas, en las condiciones y costos que se establezcan.

La adquisición de tal información no será condición obligatoria para la celebración del Acuerdo Comercial, ni generará una contraprestación adicional dentro del marco de éste.

Cuando el proveedor lo solicite, la cadena de almacenes suministrará información razonable que le permita verificar la moralidad comercial y la solvencia financiera y comercial.

SOLICITUD DE APLICACIÓN DE CONDICIONES SIMILARES A OTRAS CADENAS

Las cadenas de almacenes no podrán exigir que se verifiquen aumentos de precios en otros comercializadores o distribuidores como condición previa para la aceptación de aumentos de precio de dicho proveedor.



APERTURA DE NUEVOS PUNTOS DE VENTA

1. Las contribuciones, en dinero o especie, que realicen los proveedores a las cadenas para la apertura, ampliación y/o remodelación de nuevos puntos de venta serán voluntarios, y deberán acordarse por las partes. Las cadenas de almacenes podrán otorgar un trato preferencial a los proveedores que realizan tales aportes.
2. En el entendido de que las nuevas instalaciones de las cadenas revisten gran importancia para los proveedores, por cuanto les significa el acceso a nuevos mercados mediante un mecanismo masivo, significativo e idóneo, la cadena de almacenes podrá abstenerse de comercializar en el nuevo punto de venta el y/o los productos de los proveedores medianos y grandes que habiendo sido invitados por la cadena decidan no brindar los citados aportes, durante el tiempo de lanzamiento y posicionamiento del nuevo almacén que se estima en 45 días comunes a partir de su apertura. Tal abstención no se aplicará a los proveedores calificados por la ley como micros y pequeños, quienes continuarán con la relación comercial en los puntos de venta en los que han venido operando y en el nuevo o nuevos a los que sean invitados por la cadena.
3. En los eventos en que en la inversión anual se acuerde que tal valor incluye la participación en la apertura, ampliación y/o remodelación de un determinado número de puntos de venta, la cadena de almacenes no podrá cobrar al proveedor nuevamente una participación por dichos conceptos sobre tales puntos de venta.

CONDICIONAMIENTOS IMPUESTOS POR EL PROVEEDOR A LA CADENA

1. Subordinar el suministro de productos a la aceptación de otros productos adicionales que por su naturaleza no sean el objeto del negocio.
2. Condicionar el suministro de un producto a la adquisición de cantidades mínimas por parte del comerciante excepto en casos de promociones siempre y cuando el pedido mínimo cubra los costos del despacho.

IMPULSADORAS CONTRATADAS POR PROVEEDORES

Las cadenas respetarán que las impulsadoras contratadas por el proveedor para los puntos de venta, solo realicen las actividades para las que hayan sido contratadas por estos.

CONDICIONES LEGALES PARA EL SUMINISTRO

Los proveedores deberán cumplir con las exigencias legales en especial las relativas a requisitos sanitarios, reglamentos técnicos y/o normas técnicas oficiales obligatorias,



contenido neto y rotulado del producto, Sistema Internacional de Unidades, requerimientos necesarios acordados dentro de las negociaciones para cumplir con el precio por unidad de medida PUM en la comercialización de los productos, calidad e idoneidad de los productos, así como las condiciones tecnológicas, de identificación de productos y demás acordadas contractualmente.

En caso de que la cadena de almacenes resulte afectada, ya sea por haberse visto obligada a responder por el reclamo del consumidor o por ser sujeta de sanciones estatales originadas en el incumplimiento de las exigencias legales imputables al proveedor, éste deberá garantizar el resarcimiento del perjuicio sufrido.

Se entenderá por perjuicio sufrido el daño emergente y lucro cesante, así como las multas y/o valor de las sanciones estatales que le hayan sido impuestas a la cadena.

CONDICIONES DE ENTREGA

Los proveedores deberán cumplir con las condiciones de entrega de los productos pactadas con la cadena de almacenes, sea en su número, tipo de presentaciones, fecha o lugares convenidos, en especial tratándose de promociones anunciadas al público.

En los eventos de promociones anunciadas al público, ante el incumplimiento del proveedor, éste deberá asumir los costos que se requieran para responder al consumidor en condiciones análogas a las anunciadas en la publicidad de la promoción y en caso de ser sujeta la cadena de almacenes a cualquier medida administrativa desplegada por el Estado, quedará facultada para vincular al proveedor al proceso mediante llamamiento en garantía.

RETALIACIÓN

Para lo dispuesto en este capítulo, se considera retaliación las conductas comisivas u omisivas que sean adoptadas por las cadenas de almacenes y/o proveedores cuando no se hayan acordado previamente por las partes.

Las conductas reprochables anteriormente descritas darán lugar a reconocimiento de indemnizaciones y perjuicios por parte del infractor.



IV. PROCEDIMIENTO Y MECANISMOS DE SOLUCION DE CONFLICTOS

PRINCIPIOS GENERALES DEL MECANISMO

El presente capítulo tiene como finalidad dotar a la industria y al comercio, destinatarios del presente Acuerdo de Buenas Prácticas, de un mecanismo legítimo para la solución de las controversias que se presenten entre ellos, de tal manera que se preserve el clima de entendimiento comercial.

El procedimiento para la solución de controversias que se establezca en el Acuerdo, será la vía considerada legítima para resolver los conflictos.

El Acuerdo, tanto en sus conductas como en procedimiento, debe ser aplicado integralmente y de manera uniforme en todas las relaciones entre la industria y el comercio.

La estructura del procedimiento para la solución de conflictos debe contar con 3 fases:

1. Arreglo directo. 2. Intervención de buenos oficios de los gremios. 3. Intervención de un tercero para decidir la controversia.

Se considera de la mayor importancia fortalecer la etapa de arreglo directo, generando mecanismos institucionales para el efecto, de tal forma que se dé respuesta analítica y oportuna a las inconformidades que se presenten con proveedores y viceversa.

1. LEGITIMIDAD Y OBSERVANCIA

En caso de que cualquiera de los destinatarios de este Acuerdo decida no utilizar el procedimiento aquí descrito, y en su lugar acuda a las autoridades estatales o a cualquier otra vía, tal actuación se considerará como una conducta reprochable. La decisión de no tramitar las controversias por el procedimiento aquí establecido, impedirá a la cadena o proveedor que incurra en dicha conducta reprochable, invocar en su favor el Acuerdo de Buenas Prácticas para ese caso concreto, en sus relaciones comerciales. En caso de que se presente esta situación, la parte afectada deberá reportar el caso a los gremios, los cuales adoptarán las medidas del caso para garantizar la aplicabilidad del Acuerdo.



2. IMPORTANCIA DEL ENTENDIMIENTO DIRECTO

Los obligados por el presente acuerdo, resaltan que el entendimiento directo entre las partes en controversia debe ser el mecanismo principal para la solución de las diferencias. En cualquier fase del procedimiento de solución de controversias que aquí se establece, las partes podrán dar por terminadas de común acuerdo sus diferencias.

3. PROHIBICIÓN MUTUA DE RETALIACIONES

La utilización del mecanismo de solución de controversias contenido en este capítulo del Acuerdo, no dará lugar durante su trámite ni una vez culminado éste, en ningún caso, a la aplicación de retaliaciones de parte de los proveedores o las cadenas.

Así mismo, las partes involucradas en la reclamación deberán abstenerse de divulgar la controversia al público.

4. PROCEDIMIENTO PARA LA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

4.1. PRIMERA FASE: ARREGLO DIRECTO

Dentro de los tres (3) meses siguientes a la suscripción del Acuerdo, cada suscriptor o adherente deberá implementar y darle a conocer por escrito a las partes con quienes tiene relaciones comerciales, el establecimiento de una instancia de arreglo directo, la cual incluirá un procedimiento interno para la atención de peticiones, quejas y reclamos (PQR). Dicho procedimiento deberá estar a disposición de cualquier suscriptor o adherente del Acuerdo, en cualquier momento.

Durante el período de transición (3 meses), mientras el PQR no este implementado, las partes abordarán directamente la solución de controversias con espíritu constructivo y de mutuo respeto.

Cuando exista un hecho que presuntamente vulnere lo establecido en el presente Acuerdo, la parte inconforme deberá formular el reclamo respectivo directamente ante la parte a la que le sea imputable la conducta, el cual se regirá por las siguientes previsiones:

4.1.1. Presentación de la Queja y/o reclamo:

Las quejas y/o reclamos se presentarán y tramitarán, en el domicilio legal de la compañía en contra de la cual se formule la reclamación, salvo que las partes acuerden el traslado de la sede una vez iniciada esta fase. En el caso de micros y pequeños proveedores se facilitarán procedimientos no presenciales.



Las quejas y/o reclamos deberán ser presentados y tramitados en forma individual por el proveedor y/o cadena de almacenes que se considere afectado por la conducta de la respectiva cadena y/o proveedor con quien desarrolla su relación comercial.

Para tal efecto, deberá formular el reclamo por escrito, en el cual se identificarán claramente las partes de la relación comercial, los hechos, la conducta y/o conductas previstas en el Acuerdo que considera violadas, así como las razones y las pruebas en que se funda. El escrito será entregado mediante correo u otro medio técnico o electrónico dirigido a la persona con la que se maneja la relación comercial, con copia a la persona u oficina destinada por la cadena o proveedor para la atención del PQR.

En caso de que se presenten varias reclamaciones de proveedores o cadenas por una misma causa o conducta, los gremios podrán participar en forma privada y reservada, para facilitar la solución de la controversia.

4.1.2. Oportunidad para la formulación de las quejas y/o reclamos.

En los eventos en que exista inconformidad originada en las conductas o situaciones establecidas en el presente Acuerdo, las partes a las cuales el mismo se aplica deberán formular la respectiva queja y/o reclamo dentro de los noventa (90) días siguientes a la fecha en que la parte afectada haya tenido o haya debido tener conocimiento de la respectiva conducta o situación. Surtido tal plazo, se entenderá que la oportunidad para formular la reclamación se ha extinguido, por lo cual no podrá invocar el presente Acuerdo para ese caso concreto.

4.1.3. Atención oportuna y adecuada de quejas y reclamos.

Las cadenas de almacenes y/o proveedores deberán atender de manera oportuna y adecuada las quejas y/o reclamos que les sean presentados en la forma prevista en el aparte anterior.

Para tal efecto, cadenas de almacenes y proveedores deberán diseñar un mecanismo institucional idóneo y acorde con su capacidad e infraestructura, el cual deberá tener en cuenta, como mínimo, los siguientes lineamientos:

a) El mecanismo institucional que se diseñe, deberá propender por la consagración en principio de dos instancias internas que procuren la debida atención del reclamo, así como el señalamiento de tiempos de respuesta acordes con la operatividad de cada cadena de almacenes y/o proveedor, salvo que cada cadena o proveedor por su estructura interna establezca un mecanismo complementario sin que esta situación derive en alargamiento del término establecido en esta fase.



- b) En primera instancia, la queja y/o reclamo deberá ser atendida por el funcionario de la cadena de almacenes y/o proveedor a quien se le haya asignado el contacto directo con quien formula la queja, o por aquél que haya realizado el acto u originado el hecho que dio origen a la queja y/o reclamo.
- c) Una vez agotada la instancia descrita, de persistir la inconformidad, la queja o reclamo debe ser analizada por la persona o personas diferentes a la mencionada en el punto anterior, que el proveedor o la cadena designen para el efecto.
- d) La resolución de quejas y reclamos por un funcionario diferente, se hará en la medida en que así lo permita la estructura interna de cada empresa.
- e) En esta fase podrá establecerse un sistema de prioridades en la atención de las quejas y/o reclamos, de acuerdo con su cuantía y/o gravedad.
- f) La fase de arreglo directo no podrá exceder de veinticinco (25) días hábiles para temas no contables y cuarenta (40) días hábiles para temas contables, contados desde el momento de la fecha de radicación de la queja o reclamo en debida forma. Una vez surgida la controversia, las partes podrán acordar la prórroga o extensión de este plazo.
- g) Expirado el plazo a que hace referencia el punto anterior sin que se haya llegado a un acuerdo para la solución del conflicto, cualquiera de las partes podrá llevar la controversia a la segunda fase del procedimiento, sin importar el grado de avance en que se encuentre el trámite del PQR.

4.1.4. Efectos de los acuerdos o arreglos directos.

Los acuerdos o arreglos, parciales o totales, que resulten de esta fase, deberán constar por escrito y producirán los mismos efectos de una transacción. En consecuencia, el acuerdo hará transito a cosa juzgada y prestará mérito ejecutivo.

4.2. SEGUNDA FASE: INTERVENCIÓN DE BUENOS OFICIOS POR PARTE DE LOS GREMIOS

Surtido y agotado el trámite anterior, la parte reclamante solicitará mediante escrito entregado por correo u otro medio técnico o electrónico al gremio al cual se encuentre

afiliado o que represente sus intereses, que le de trámite a la fase de intervención de buenos oficios.

El gremio que reciba la solicitud de inicio de la fase de buenos oficios, cuando estime que existe motivo para ello, notificará por escrito al gremio de la empresa reclamada sobre la



iniciación de esta segunda fase. Para el desarrollo de los buenos oficios, los gremios actuarán con total discreción y cautela, efectuarán contactos entre ellos y propiciarán un espacio de discusión y diálogo entre las partes a fin de facilitar la solución de la controversia.

La labor de buenos oficios consistirá en el asesoramiento directo y la formulación de recomendaciones privadas por parte de cada gremio a su respectivo afiliado o asesorado, así como en la generación de los espacios y la facilitación de las discusiones que permitan el acercamiento entre las partes.

En ningún caso los gremios realizarán propuestas públicas ni podrán tomar decisiones respecto de la controversia.

Los buenos oficios serán adelantados por las instancias que se designen al interior de cada uno de los gremios.

Cuando varias quejas se refieran a una misma conducta, los gremios podrán tramitarlas en forma acumulada en esta segunda fase, con el fin de buscar una solución común. Lo anterior no impedirá el trámite de la primera fase del procedimiento de solución de controversias.

Para el efecto, el gremio que presente la acumulación deberá en todo caso convocar al gremio de la compañía en contra de la cual se dirige la queja.

En caso de acumulación, los gremios se limitarán a formular propuestas de acuerdo y entendimiento y procurarán que sus afiliados participen en las discusiones con ánimo positivo y constructivo con miras a la solución de la controversia.

Esta fase no podrá exceder de 15 días hábiles contados a partir de la terminación de la fase anterior. Los gremios podrán acordar la prórroga o extensión de este plazo con aceptación de las partes.

Los acuerdos parciales o totales que se obtengan en esta fase deberán constar por escrito y producirán los mismos efectos de una transacción, es decir que hace tránsito a cosa juzgada y presta mérito ejecutivo.

4.3. TERCERA FASE: COMITÉ DE MEDIACIÓN



Surtida la fase de buenos oficios, sin que exista acuerdo total sobre la controversia, cualquiera de las partes podrá convocar un Comité de Mediación, el cual se regirá por las reglas que a continuación se expresan.

El Comité de Mediación funcionará en la sede del domicilio legal de la compañía en contra de la cual se formule la reclamación, salvo que las partes acuerden el traslado de la sede una vez iniciada esta fase. En el caso de los micro y pequeños proveedores, se facilitarán mecanismos no presenciales para el desarrollo de esta fase.

Esta fase no podrá tener una duración mayor a treinta (30) días hábiles contados a partir de la fecha de la integración del Comité. Las partes podrán ampliar de común acuerdo este plazo, una vez se haya dado inicio a esta fase.

4.3.1. Lista de Profesionales Elegibles para la Integración del Comité de Mediación

Dentro de los noventa (90) días siguientes a la firma de este Acuerdo, los gremios involucrados conformarán una lista de personas de gran reputación en el medio y conocedoras de la industria y del nuevo comercio de las cadenas, los cuales deberán

tener domicilio en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y/o Bucaramanga. Esta lista será revisada anualmente por los gremios.

Los gremios procurarán mantener informadas y actualizadas a las personas integrantes de la lista sobre las tendencias, tecnologías y en general sobre los avances del nuevo comercio.

Los gremios buscarán integrar subcomités en lo jurídico, técnico, económico y comercial, con el objeto de apoyar la labor del Comité de Mediación.

4.3.2. Reglamento del Comité de Mediación

Dentro de los dos (2) meses siguientes a la firma de este Acuerdo, los gremios que lo suscriben expedirán un reglamento único para el funcionamiento del Comité de Mediación, el cual contendrá como mínimo los siguientes elementos:

a) Requisitos de elegibilidad.

b) Reglas para la conformación de la lista de integrantes, para la permanencia en la misma, así como el régimen de conflicto de intereses.

c) Costos y honorarios razonables.



d) Forma en la que los gremios, de manera conjunta, determinarán el funcionamiento del Comité.

e) Las demás normas que consideren necesarias para el adecuado funcionamiento del Comité.

La falta de expedición del reglamento no impedirá el funcionamiento del Comité.

4.3.3. Integración del Comité de Mediación

La parte inconforme, dentro de los tres (3) días hábiles contados a partir de la terminación de la fase anterior, comunicará a su respectivo gremio sobre su decisión de convocar el

Comité de Mediación. Para el efecto, le hará llegar un escrito con sus argumentos y los anexos que considere pertinentes. Dicho escrito, con sus anexos, será remitido al gremio de la empresa convocada, con el fin de que lo ponga en conocimiento de la parte en contra de la cual se dirige.

Los costos para el funcionamiento del Comité serán consignados dentro del término fijado y en la forma en que establezca el reglamento. De lo contrario, las partes quedarán en libertad para acudir a la justicia ordinaria.

Dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha en que los gremios hayan recibido la prueba de la consignación de los gastos y honorarios, procederán a realizar una audiencia en la cual se integrará el Comité de Mediación, de conformidad con lo que establezca el reglamento. En dicha audiencia la parte convocada presentará por escrito su contestación frente a la reclamación, junto con los anexos que considere pertinentes.

En esta fase, ninguna de las partes podrá alegar hechos o infracciones distintas a los ya tratados en las fases anteriores. Solamente se admitirán nuevos hechos o pruebas cuando la parte que los aporte se hubiera encontrado en imposibilidad de proporcionarlos o conocerlos en las fases anteriores.

4.3.4. Reunión Final

La controversia deberá resolverse en una única reunión, la cual se realizará dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la reunión de Integración del Comité, para lo cual éste

convocará a las partes indicando para el efecto la fecha, hora y lugar en el cual se llevará a cabo. La reunión se desarrollará en la forma que establezca el reglamento y la decisión se comunicará a las partes a más tardar dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes a la terminación de esta reunión.



4.3.5. Contenido y Efectos de la Decisión

La decisión será proferida en la forma que señale el reglamento y establecerá si la conducta o conductas reclamadas infringen el Acuerdo de Buenas Prácticas. El Comité no hará pronunciamientos sobre la infracción de otros ordenamientos jurídicos.

En el evento en que la decisión califique la conducta o conductas reclamadas como contrarias al Acuerdo de Buenas Prácticas, formulará las órdenes correspondientes, para que la conducta cese y no se repita. La decisión proferida por el comité respecto de la calificación de la conducta y las órdenes impartidas al infractor tendrán los efectos de una transacción.

De igual forma, el Comité de Mediación, instará a las partes para que en un término de 10 días hábiles lleguen a un acuerdo sobre el mejoramiento de sus relaciones comerciales y la indemnización de los perjuicios cuando a ello haya lugar como consecuencia de la infracción del Acuerdo. Los acuerdos a los que lleguen las partes tendrán el efecto de transacción, en consecuencia, hará transito a cosa juzgada y prestará mérito ejecutivo.

El comité, con la asesoría de peritos, procederá a formular una recomendación sobre la solución de la controversia en sus aspectos comerciales y económicos.

Los gastos del trámite pericial serán a cargo de la parte que cometió la infracción.

Firmada en Bogotá D.C. el 23 de Diciembre de 2003

JUAN ALFREDO PINTO SAAVEDRA
Presidente
ACOPI

GUILLERMO BOTERO NIETO
Presidente
FENALCO

LUIS CARLOS VILLEGAS ECHEVERRI
Presidente
ANDI

CARLOS ALBERTO ZARRUK GÓMEZ
Vice Ministro de Desarrollo Empresarial
Testigo a nombre del Gobierno Nacional



**ADHERENTES DEL ACUERDO UNIFICADO SOBRE BUENAS PRACTICAS
INDUSTRIALES, COMERCIALES Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**