



CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA PROMOCIÓN

de buenas prácticas comerciales



Cámara de la Industria
del Calzado del Estado
de Guanajuato



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
FUNDADA DESDE 1942

Transformación
de la Industria
del calzado y la marroquinería



Capítulo I

Disposiciones Generales

Antecedentes

El Sector del Calzado (proveeduría, fabricación y comercialización) ha trabajado con escasa colaboración y esto es considerado uno de los grandes retos del ecosistema de la cadena de valor.

Aspectos como la importación de productos en condiciones de subvaluación o que no cumplen con los requisitos de calidad, así como la dependencia de una cantidad importante de fabricantes hacia los grandes comercializadores, genera que la competitividad de toda la cadena no se pueda consolidar.

Sin la alineación de todos los integrantes de la cadena de valor,

difícilmente se generará un entorno competitivo, basado en los valores y la ética. Como consecuencia de esto, la relación entre los actores está deteriorada y con ello, se genera una falta de compromiso y confianza entre las partes.

Es así que se debe contar con un instrumento ético que permita establecer las políticas a considerar para las buenas prácticas comerciales.

Artículo 1. El objetivo del Código de Ética para la Promoción de Buenas Prácticas Comerciales es establecer las políticas de observancia general para el cumplimiento de las buenas prácticas comerciales, desde un punto de acción ético y moral.

Artículo 2. Para los efectos de este código se entenderá por:

- I. Valores éticos:** Guías de comportamiento que regulan la conducta de un individuo.
- II. Justicia:** Conjunto de valores esenciales sobre los cuales debe basarse una Sociedad y Estado.
- III. Libertad ética:** Práctica consciente del Bien y la responsabilidad personal y social.
- IV. Respeto:** Sentimiento positivo que se traduce en tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa.
- V. Responsabilidad:** Cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo.
- VI. El valor de la responsabilidad:** Calidad y valor del ser humano de una característica positiva que le permite la capacidad de comprometerse y actuar de forma correcta.
- VII. Integridad:** Valor y cualidad de quien tiene entereza moral, rectitud y honradez en la conducta y en el comportamiento.
- VIII. Lealtad:** Virtud que se desenvuelve en la conciencia, compromiso de defender y de ser fieles a lo que se cree.
- IX. Honestidad:** Valor o cualidad propia de los seres humanos que tiene una estrecha relación con los principios de verdad y justicia y con la integridad moral.
- X. Equidad:** Imparcialidad tanto en el trato como en la distribución de bienes y oportunidades.
- XI. Comité de ética:** El comité para la promoción de las Buenas prácticas comerciales, que lo conforman las personas designadas para ello.
- XII. Código de ética para la promoción de buenas prácticas comerciales o Código de ética:** El presente Instrumento Jurídico.
- XIII. Sectores:** Se hace referencia a la cadena cuero-calzado-marroquinería-proveeduría-comercialización.



Capítulo II

Propósito y alcance

Artículo 3. Este Código de ética es de observancia y cumplimiento general para la cadena productiva cuero-calzado- marroquinería - proveeduría - comercialización y tiene por objeto promover las buenas prácticas comerciales, así como facilitar la solución de conflictos entre sus partes.

Principios de las buenas prácticas comerciales

Artículo 4. Son principios de las buenas prácticas comerciales los siguientes:

- I.** La formalización mediante contratos de las relaciones comerciales entre los actores participantes; en caso contrario de no existir, avalar la formalización de los pedidos con una orden de pedido u orden de compra que contenga los términos de la transacción.
- II.** El respeto a lo pactado;
- III.** La lealtad y buena fe en la conducción de las relaciones comerciales;

- IV.** La libre determinación contractual;
- V.** La información veraz, adecuada, clara, completa y oportuna sobre las condiciones de contratación;
- VI.** El uso de la mediación y el arbitraje para solucionar las diferencias que se susciten en el cumplimiento de los contratos; o cualquier conflicto derivado de la relación comercial.
- VII.** El respeto a la legislación mercantil, de competencia económica, de protección al consumidor, de propiedad intelectual, de metrología y normalización;
- VIII.** La seguridad jurídica entre los participantes y sectores;
- IX.** El respeto a los derechos de los consumidores, y
- X.** La generación de condiciones que favorezcan relaciones comerciales estables, continuas y equitativas.

Ámbito material y personal de aplicación

Artículo 5. Este Código de ética será aplicable a las relaciones comerciales y los contratos que se celebren entre los actores de los diferentes sectores. Para efectos de esta Código se presumirá que existe un acuerdo de voluntades siempre que se dé una relación comercial entre los sectores.

Obligaciones de los Sectores

Artículo 6. Los Sectores estarán obligados a respetar los precios garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades y demás condiciones conforme a las cuáles celebren los contratos, o se pacten los acuerdos de voluntades, así como de informar a su contraparte de manera veraz, completa, oportuna, clara y adecuada de todas estas condiciones de manera previa a la celebración del contrato.

Conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales en general

Artículo 7. Se considerarán como conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales las siguientes:

- I.** La aplicación unilateral de descuentos o reducciones al precio pactado en los contratos o acuerdos de voluntades entre los actores;
- II.** No pagar puntualmente las facturas;
- III.** Efectuar devoluciones o rechazos de mercaderías, a menos que los mismos sean imputables al proveedor o se hayan convenido en forma previa;
- IV.** El condicionamiento de la compra o venta de mercaderías a la exclusividad en la distribución de un producto determinado o la exclusión de otra mercancía idéntica, similar o directamente sustituible;
- V.** Fijar un precio de venta al consumidor final por debajo del precio de factura o de producción de manera reiterada;
- VI.** Para el caso en que el agente que realice la venta final al consumidor también sea responsable de la producción, no podrá fijar el precio de venta al consumidor final por debajo de su costo de producción;
- VII.** Impedir de manera unilateral, o condicionar, la actualización o modificación de precios; en este caso, se podrán establecer precios por debajo del costo o a precios preferenciales, siempre y cuando se trate de saldos de fin de temporada para liquidar inventarios.

- VIII.** La aplicación unilateral de penalizaciones
- IX.** La terminación de las relaciones comerciales como represalia del uso de los mecanismos de solución de controversias o bien cualquier tipo de coerción en algún momento a lo largo del establecimiento de las condiciones comerciales;
- X.** Proporcionar información falsa o que induzca al error en la celebración de los contratos objeto de este Código;
- XI.** No realizar las entregas de pedidos a tiempo.
- XII.** Entregar un producto con calidades y cualidades distinto al solicitado;
- XIII.** Violar de cualquier manera los derechos de propiedad intelectual;
- XIV.** El incumplimiento a los acuerdos de mediación o de los laudos arbitrales;
- XV.** En general toda violación a las condiciones pactadas en los contratos objeto de este Código.

Estas conductas no podrán justificarse por la existencia de costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario previas a la entrada en vigor de este código.



Capítulo III Comité de Ética

Creación del Comité de Ética

Artículo 8. El Comité de Ética de la transformación de la Industria del Calzado, Marroquinería y su cadena Valor es un órgano dependiente del Comité Ejecutivo de CICEG y del Steering Committee del Plan de transformación de la Industria, el cual contará con autonomía técnica, operativa y de decisión. Las determinaciones o conclusiones que emitan serán RECOMENDACIONES. Tendrá a su cargo el fomento a las buenas prácticas comerciales entre los sectores, así como combatir los patrones recurrentes de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales en los términos de este Código.

Artículo 9. El Comité de Ética estará integrado por dos miembros del Consejo Directivo de CICEG, dos empresarios del sector calzado, y como mediadores fungirán el Presidente de CICEG y el Presidente de APIMEX, en turno. Todos los miembros tendrán derecho a voz y voto.

Éste será presidido por uno de los Miembros del Consejo Directivo, que decida el propio Comité.

Artículo 10. Los miembros del Comité de Ética serán propuestos por los integrantes de la línea 10 del proyecto de Transformación de la Industria y durarán en su encargo 2 (dos) años no renovables, siendo ratificados por el Comité Ejecutivo de CICEG y el Steering Committee.

Sólo podrán ser removidos de sus cargos por causa grave, debidamente justificada o por renuncia de alguno de ellos.

Artículo 11. Los Consejeros deberán reunir los siguientes requisitos:

- I. Ser ciudadano mexicano o extranjero y estar en pleno goce de sus derechos civiles y políticos.
- II. Tener probada experiencia en el Sector Calzado o Marroquinería.
- III. Su incorporación deberá ser sometida a la autorización por parte del Comité Ejecutivo de CICEG.
- IV. Ser mayor de 40 años y menores de 70, al momento de su designación;
- V.- Haberse desempeñado en forma destacada en cuestiones profesionales relacionadas con el objeto de esta Código de Ética, y
- VI. Tener una reputación honorable entre los sectores.

Artículo 12. Los miembros del Comité de Ética deliberarán en forma colegiada y decidirán los casos por mayoría de votos.

Artículo 13. El Comité de Ética, para efecto de sus decisiones, no estará subordinado a autoridad alguna, adoptará sus decisiones con plena independencia y contará con los recursos humanos y materiales necesarios para el desempeño de sus funciones.

Artículo 14. El Comité de Ética tendrá las siguientes atribuciones:

- I.** Informar, difundir y fomentar mediante los mecanismos que considere idóneos las buenas prácticas comerciales entre los actores y sectores;
- II.** Establecer los mecanismos de información necesarios para identificar las buenas prácticas comerciales, así como las conductas que atenten contra ellas;
- III.** Promover entre los actores y sectores las buenas prácticas comerciales, así como la adopción de autorregulación basada en ellas;
- IV.** Expedir lineamientos que codifiquen las buenas prácticas comerciales por actores y sectores;
- V.** Recibir las inconformidades por conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales, las cuales tendrán carácter de confidenciales, e iniciar los procedimientos que establece este Código;
- VI.** Promover la inclusión de cláusulas de mediación o arbitraje en los contratos celebrados entre los actores y sectores;

- VII.** Fomentar el uso de la mediación y otros mecanismos alternativos de solución de controversias, para la resolución de los conflictos entre los actores y sectores;
- VIII.** Llevar un registro del cumplimiento de los acuerdos emitidos;
- IX.** Realizar análisis, estudios o investigaciones en materia de buenas prácticas comerciales o de las conductas que puedan atentar o atenten contra ellas;
- X.** Realizar investigaciones y realizar recomendaciones a los actores y sectores que incurran en un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales;
- XI.** Actuar, a petición de parte uno de los actores o sectores o cámaras empresariales por escrito, en el establecimiento de las condiciones comerciales cuando se den situaciones de coerción.
- XII.** Celebrar convenios en materia de fomento y mejora de las buenas prácticas comerciales con los sectores en la materia de este Código;
- XIII.** Expedir lineamientos generales para la conducción de los procedimientos de mediación de este Código;



Artículo 15. Cuando algún integrante del sector, considere que su parte contraria ha incurrido en alguna falta al Código de Ética, a través de la cual considere que han sido vulnerados sus derechos comerciales, podrá acudir por escrito ante el Comité de Ética, haciendo del conocimiento de este los hechos.

Artículo 16. El escrito que se hace mención en el artículo anterior deberá ser presentado a la presidencia ejecutiva de CICEG, quien a su vez lo hará llegar al Comité de Ética.

Artículo 17. Recibido el escrito por el Comité de Ética este tendrá un periodo de 10 (diez) días hábiles para reunirse, analizando la situación, y haciendo del conocimiento de la otra parte la queja presentada en su contra, dándole un plazo de 10 (diez) días hábiles a efecto de que manifieste por escrito lo que a su derecho convenga.

Artículo 18. Un vez que el comité tenga por parte del posible infractor una respuesta por escrito, dentro de un plazo de 5 (cinco) días hábiles citará a las partes a una reunión de conciliación, la cual se realizará con el pleno del Comité de Ética.

Artículo 19. La reunión de conciliación por su naturaleza es de buena fe, por lo que no se podrá ejercer coacción si alguna de las partes no se presenta.

Artículo 20. Concluida la reunión a que hace mención el artículo anterior, el Comité de Ética dictará una recomendación en 2 (dos) días hábiles, la cual deberá ser acatada por las partes.



Capítulo V

Recomendaciones

Artículo 21. Las recomendaciones serán emitidas por el Comité Ejecutivo de CICEG, en su calidad de Comisión de Honor y Justicia, las cuales se basaran en las liberaciones del Comité de Ética.

- I.-** Las recomendaciones a que hace mención el artículo anterior serán notificadas por el Comité de Ética.
- II.-** Las recomendaciones serán conciliatorias buscando el principio recíproco de igualdad y solución de controversias.
- III.-** Este tipo de recomendaciones podrán dar vía a un arbitraje a través del Comité de Ética, quien lo regulará, desarrollará y emitirá las debidas recomendaciones a las partes.

Transitorios

PRIMERO: El presente Código de Ética entrará en vigencia al día siguiente de su aprobación por el Consejo Directivo de CICEG.

SEGUNDO: Las sanciones serán emitidas por el Comité Ejecutivo de CICEG, en su calidad de COMISIÓN DE HONOR Y JUSTICIA.



Cámara de la Industria
del Calzado del Estado
de Guanajuato

CANAICAL

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
FUNDADA DESDE 1942

Blvd. Adolfo López Mateos 3401 Ote. Fracc. Julián de Obregón
Tel.: +52 (477) 152 9000 · Lada sin costo: 800 52 CICEG
León, Guanajuato, México · C.P. 37290 · info@ciceg.org

www.ciceg.org