

CONCESIONARIOS MG MÉXICO, A.C.

POLÍTICAS COMERCIALES.

agosto, 2021.

INTRODUCCIÓN.

Las Políticas Comerciales contenidas en el presente documento son dirigidas a los distribuidores MG en los Estados Unidos Mexicanos. El objetivo de estas Políticas Comerciales es establecer las reglas para la venta de los automóviles nuevos de la marca MG con el fin de competir de forma más eficiente y dar un mejor servicio al cliente final, además de competir de una manera distinta frente a las otras marcas.

Las políticas comerciales fomentan la competencia entre agencias basadas en atención al cliente, ubicación, inventario, experiencia de compra, desechando la competencia basada en políticas de precios que disminuyen la salud financiera de los distribuidores y por con siguiente afectan la calidad de los servicios brindados al consumidor final.

SAIC Motor México, S. de R.L. de C.V. (SMM) contará en todo momento con un asiento en el Comité de Prácticas Comerciales de Concesionarios MG México, A.C. (CONMG), lo que le permitirá también participar de forma activa en verificar el cumplimiento de las Políticas Comerciales.

Queda entendido que los derechos y obligaciones establecidas en el presente documento son independientes de aquellos que se establecen en los respectivos contratos de distribución que cada distribuidor tiene celebrado con SMM.

I. PRECIOS.

I.1. Las unidades que los distribuidores MG comercialicen en los Estados Unidos Mexicanos serán a los precio determinado y publicado por SMM mediante sus boletines de precios y/o acciones comerciales, debiendo ser el mismo para todos los distribuidores. Queda expresamente prohibido para los distribuidores MG realizar algún descuento o reducción en el precio fijado por SMM para cada unidad.

I.2. Cuando existan variaciones en el precio, SMM y CONMG informarán los nuevos precios a cada distribuidor mediante boletín enviado por correo electrónico, página Web o cualquier otro medio. Es responsabilidad de cada agencia actualizar los precios vigentes.

I.3. Cuando el precio sufra alguna modificación, tanto el precio anterior como el nuevo precio, tendrán una vigencia establecida por SMM, que deberá ser respetada por todos los distribuidores.

I.4. Cuando esté vigente una bonificación en el precio a menudeo que ubique a éste por debajo del precio de Ventas Flotillas establecido para dicha unidad, se deberá cotizar con el precio de menudeo y no con el precio de Ventas Flotillas, lo anterior con el fin de proteger el margen de la unidad y no ofrecer descuento sobre precios ya con bonificación.

I.5. Todo pago de unidades en un plazo mayor a 30 (treinta) días calendario sin el cobro de intereses es considerado descuento.

I.6. Cuando un distribuidor decida vender con crédito de casa mayor a 30 (treinta) días, la tasa que deberá aplicar como mínimo será la que SMM o “MG Finance” ofrezcan para esa unidad en iguales términos de enganche y plazo bajo condiciones normales, esto es, sin subsidios. Cualquier tasa inferior a esa referencia será considerada como descuento. En caso de falta de pago dentro del plazo del crédito de casa otorgado se deberán aplicar intereses moratorios a la misma tasa que aplique. El cliente deberá firmar pagaré con calendario de pago acordado, señalando las amortizaciones de principal e intereses.

I.7.1 Los proveedores y empresas filiales de SMM, tendrán un descuento máximo autorizado del 4% (cuatro por ciento) sobre el precio de lista vigente absorbido por el distribuidor.

1.7.2 Los empleados y staff de expatriados de SMM, tendrán un descuento máximo autorizado del 10% (diez por ciento) sobre el precio de lista vigente. Dichos descuentos serán absorbidos: 5% por el distribuidor y 5% por SMM. Contarán como ventas del mes y para el objetivo mensual, trimestral y de margen variable. Los empleados de SMM tendrán como máximo 5 (cinco) operaciones al año y se revisará anualmente dicha cantidad por SMM y CONMG. Todas las operaciones de esta índole deberán estar autorizadas por escrito por parte del departamento de RRHH de SMM y presentar un formato debidamente firmado.

I.8. Los distribuidores podrán realizar un máximo de 1 (una) venta de unidad mensual al precio establecido de costo más 3% (tres por ciento) (Ventas Casa). Todas las Ventas Casa deberán contar con la previa autorización por escrito del funcionario responsable de la distribuidora y no serán acumulables.

I.9. Con excepción de los proveedores, empresas filiales, empleados y Staff de expatriados de SMM y las Ventas Casa, ninguna otra persona física o moral gozará de un precio distinto, salvo que se trate de una Venta Flotilla.

I.10. No habrá por ningún motivo ventas directas de SMM, todas las ventas de unidades serán a través de su red de distribuidores.

I.11. La prestación de los servicios de mantenimiento de las unidades que los distribuidores comercialicen, serán a un mismo precio, el cual es determinado por SMM a través de boletines de aplicación general a todos los distribuidores. Los descuentos en los servicios de mantenimiento o bien cortesías de mantenimiento, serán considerados como descuentos.

I.12. Los accesorios que los distribuidores comercialicen tendrán como mínimo los precios establecidos en las listas que periódicamente emita SMM. Cuando se presenten cambios en los precios mínimos de accesorios, se establecerá una fecha de vigencia para la anterior y para la nueva lista. En el momento en que ofrezcan accesorios, no se permite dar un sobreprecio en uno para compensar el precio de otro.

I.13. Queda estrictamente prohibido ofrecer cortesías de cualquier tipo, o precios por debajo de lo acordado y establecido en el boletín de precios, entre los que se encuentran: tenencia, placas, instalación de asientos y volantes de piel, seguro de la unidad, verificación, servicio de mantenimiento gratis, comisión por apertura de créditos, y en general cualquier otro concepto con el que se otorgue un beneficio en precio al cliente. En caso de existir algún incentivo, debidamente autorizado por SMM, en el precio de alguna unidad, no se deberá usar el mismo para la venta u ofrecimiento de accesorios de cualquier naturaleza y/o por cualquier otro concepto. El incentivo se aplica en todo momento al precio de las unidades salvo autorización expresa de SMM y CONMG.

I.14. Queda prohibido que los asesores de venta o cualquier funcionario o empleado de los distribuidores paguen, por cuenta y orden del cliente, cualquier cantidad del precio relativo a las unidades, accesorios o servicios.

I.15. Queda prohibida la venta de unidades a empresas de autofinanciamiento, sus subsidiarias y/o filiales.

I.16. Queda prohibido a la red de distribuidores la venta de unidades con fines de exportación.

II. ZONA DE INFLUENCIA.

II.1. Los distribuidores única y exclusivamente podrán realizar actividades comerciales dentro del área geográfica asignada a cada uno de ellos por SMM (Zona de Influencia). Está prohibido realizar actividades comerciales fuera de la Zona de Influencia asignada a cada uno de los distribuidores por SMM.

II.2. Por actividades comerciales se entiende cualquier tipo de publicidad, presencia de fuerza de ventas u actividades de compra y venta. Lo anterior no limita la libertad que gozan los clientes de comprar unidades MG en la distribuidora que sea de su conveniencia, es decir, que ventas realizadas a clientes con dirección fuera de la Zona de Influencia, son permitidas, siempre y cuando sea el cliente el que haya hecho el acercamiento con la distribuidora.

II.3. Se requerirá la previa autorización de SMM para la apertura por parte del distribuidor, dentro de su Zona de Influencia, de cualquier punto de venta de unidades, incluyendo las de seminuevos.

II.4. En caso de existir alguna queja o denuncia de algún distribuidor por invasión por otro distribuidor de su Zona de Influencia, ésta deberá presentarse por escrito dirigido al Comité de Prácticas Comerciales.

II.5. En caso de exposiciones o eventos corporativos de impacto nacional en el que SMM sea invitado a participar, SMM podrá invitar a los distribuidores que considere convenientes independientemente de su Zona de Influencia.

III. PUBLICIDAD Y PROMOCION.

III.1. Sí algún distribuidor desea exhibir unidades fuera de su sala de exhibición, deberá hacerlo únicamente dentro de su Zona de Influencia con autorización previa de SMM.

III.2. Los distribuidores podrán desarrollar materiales de Franja 3 (local y de responsabilidad a nivel distribuidor) apegándose siempre al manual de imagen y uso de marca de SMM. Las actividades incluidas en Franja 3 se encuentran en el “Reglamento Marketing Co-op” emitido por SMM. La publicidad de Franja 2 (regional entre distribuidores y SMM) será desarrollada y aprobada por CONMG y SMM. Ningún distribuidor podrá desarrollar materiales y/o pauta en medios pertenecientes a Franja 1 (publicidad institucional de SMM).

III.3. Los distribuidores deberán de comercializar las unidades en primera instancia por la(s) Financiera(s) que SMM designe.

III.4. Los distribuidores deberán de respetar las acciones comerciales que SMM designe al momento de generar su contenido, por ningún motivo podrán realizar alguna otra acción comercial distinta o que no se encuentre autorizada por SMM

IV. VENTAS FLOTILLAS.

IV.1. Se considera Venta Flotilla la venta de 3 (tres) o más unidades acordadas con un cliente y bajo un mismo pedido u orden de compra en una sola exhibición.

IV.2. Son clientes de Ventas Flotillas, las instituciones, entidades, organismos públicos o privados, personas morales y/o grupos económicos que adquieran unidades 3 (tres) o más unidades en una sola exhibición, previa autorización de SMM y cumpliendo los requisitos establecidos en la Política de Flotillas que para tal efecto emita SMM.

IV.3. El distribuidor que lleve a cabo una Venta de Flotilla podrá ofrecer un descuento sobre el precio de venta de las unidades de conformidad con los lineamientos, políticas, tabla de descuentos y rangos de participación, publicados en la Política de Flotillas vigente emitida por SMM. Se adjunta circular con las Políticas de Flotillas. SMM, previo acuerdo con CONMG, podrá modificar dicha política mediante boletín emitido para tal efecto.

IV.4. El distribuidor tendrá la obligación de registrar y validar previamente ante SMM y CONMG, todas las Ventas Flotillas en que participe bajo el formato de registro de Ventas Flotillas que para tal efecto emita SMM. Las agencias solo podrán dar de alta instituciones y empresas como clientes de flotillas cuando estén en un proceso de compra - venta formal.

IV.5. La vigencia del descuento autorizado para una Venta Flotilla será de doce meses contados a partir del registro de dicha Flotilla ante SMM.

IV.6. La Política de Flotillas aplicará para arrendadoras, única y exclusivamente, solo cuando éstas tengan una compra de volumen de un cliente final en las que las arrendadoras sean solo un intermediario financiero.

IV.7. Queda prohibida la Venta Flotilla a personas físicas, patrullas, ambulancias, empresas carroceras, taxis o a las que en su caso determine de común acuerdo SMM y CONMG.

IV.8. Las unidades facturadas como Flotilla deberán ser reportadas y registradas a SMM bajo el esquema de Flotillas en el Sistema "IT-Hub".

IV.9. En Ventas Flotillas, las empresas y sus filiales serán consideradas como clientes independientes al existir diferentes tomadores de decisión.

IV.10. SMM llevará a cabo todas las ventas de unidades de Ventas Flotillas, única y exclusivamente, a través de un distribuidor autorizado.

IV.11. SMM podrá autorizar la entrega de unidades al usuario final por un distribuidor distinto al vendedor de la Flotilla siempre que sea cubierto por el distribuidor vendedor un monto fijo, más el impuesto al valor agregado (IVA), por cada una de las unidades entregadas, por concepto de gastos de entrega de Flotilla. Dicho monto será establecido y publicado por el CONMG de manera anual, mediante boletín emitido para tal efecto.

IV.12. Las Ventas Flotillas están sujetas a una auditoría externa por la sociedad que SMM y CONMG determinen y el distribuidor se obliga a proporcionar toda la información y documentación requerida respecto de la Venta Flotilla de que se trate.

V. SEGUROS.

V.1. En ventas de unidades nuevas al contado, el distribuidor deberá vender seguros, única y exclusivamente, a través del despacho "Marsh Lorant" o cualquier otro que determinen conjuntamente SMM y CONMG, de las compañías de seguros Grupo Nacional Provincial, S.A.B. (GNP), Quálitas Cía. de Seguros, S.A. de C.V. (Quálitas), Seguros Banorte, S.A. de C.V., Grupo Financiero Banorte (Banorte) y Chubb de México, Compañía de Seguros, S.A. de C.V. (Chubb), o cualquier otra que para tal efecto determinen conjuntamente SMM y CONMG.

V.2. En ventas de renovaciones de seguros de unidades seminuevas, el distribuidor podrá vender de cualquier compañía aseguradora legalmente establecida en los Estados Unidos Mexicanos.

V.3. Las compañías aseguradoras en convenio con la marca y la red de distribuidores tendrán el derecho de recibir un descuento del 10% (diez por ciento) del precio de venta de partes y refacciones determinado por SMM y el precio de mano de obra que determinen en conjunto SMM y CONMG.

VI. MYSTERY SHOPPER Y AUDITORIAS.

VI.1. Para la vigilancia del cumplimiento de todas y cada una de las Políticas Comerciales, CONMG contratará a costo de los distribuidores, los servicios de auditoría externa y los servicios de Mystery Shopper.

VI.2. Los distribuidores se obligan a otorgar todas las facilidades y documentación requeridas por los auditores externos, con base en el boletín que para tal efecto emita CONMG, para el cumplimiento de sus funciones.

VI.3. Podrán realizarse auditorías ordinarias, especiales, extraordinarias (programadas y no programadas) a cualquier distribuidor MG, a solicitud de SMM o del Comité de Prácticas Comerciales.

VI.4. Los distribuidores podrán solicitar y/o presentar, en su caso, por escrito dirigido al presidente del Comité de Prácticas Comerciales: (i) la realización por parte del Comité de algún trabajo de Mystery Shopper o de auditoría, y/o (ii) la queja o denuncia contra otro distribuidor, acompañada de pruebas fidedignas y contundentes de violación a las Políticas Comerciales a efecto de presentarla para su resolución al Comité de Prácticas Comerciales. El costo de este servicio especial de Mystery Shopper y/o Auditoria deberá ser pagado por el distribuidor que lo solicite y en caso de que se compruebe una falta a las políticas será pagado por el distribuidor sancionado.

VI.5. El Mystery Shopper podrá solicitar el costo además de las unidades, de accesorios, trámites, seguros, gestorías o cualquier otro servicio que ofrezca el distribuidor, los cuales nunca podrán ser inferiores a los establecidos por SMM y/o CONMG.

VII. SEMINUEVOS.

VII.1. El precio que se ofrecerá de toma por unidades seminuevas deberá ser:

VII.1.1. En cualquier unidad MG: el precio que determine el distribuidor.

VII.1.2. En unidades que no sean MG: como máximo el precio de venta más un 10% (diez por ciento) que aparezca en el libro "Autométrica" del mismo mes al de la fecha de la operación. Para determinar el precio se tomarán en cuenta los accesorios de la unidad, por ningún motivo se deberá tomar en cuenta el kilometraje de la misma.

VIII. PERSONAL MG.

VIII.1. Los distribuidores sólo podrán contratar asesores de ventas, técnicos y/o gerentes que hayan trabajado en algún otro distribuidor, siempre y cuando, tengan la autorización por escrito del distribuidor donde prestaban sus servicios y/o hayan pasado seis meses que dejaron de trabajar para dicho distribuidor.

IX. SANCIONES.

IX.1.- El distribuidor que sea sorprendido cometiendo una falta a cualquiera de las Políticas Comerciales, será sancionado al pago de una multa, la cual será determinada por el Comité de Prácticas Comerciales, de acuerdo con lo siguiente:

IX.1.1. En caso de responsabilidad única del vendedor: \$50,000.00 (cincuenta mil pesos 00/100 M.N.).

IX.1.2. En caso de responsabilidad del distribuidor: \$100,000.00 (cien mil pesos 00/100 M.N.).

IX.1.3. En caso de violación determinada por los auditores externos: \$25,000.00 (veinticinco mil pesos 00/100 M.N.), por cada caso.

IX.1.4. Por la falta de entrega a los auditores externos de los expedientes de las ventas realizadas: \$5,000.00 (cinco mil pesos 00/100 M.N.) por cada expediente y en caso de reincidencia, en un plazo de tres meses, independientemente del número de expedientes: \$100,000.00 (cien mil pesos 00/100 M.N.).

IX.1.5. En caso de incumplimiento a ventas de seguros de unidades nuevas al contado: \$25,000.00 (veinticinco mil pesos 00/100 M.N.), por cada caso.

IX.1.6. En caso de venta de partes y refacciones con descuento a personas físicas o a empresas no autorizadas: la cantidad que sea mayor entre \$200,000.00 (doscientos mil pesos 00/100 M.N.) y el equivalente al 100% (cien por ciento) de la utilidad bruta por cada venta realizada.

IX.1.7. En caso de venta de partes y refacciones a las empresas autorizadas con descuento mayor al 10% (diez por ciento): la cantidad que sea mayor entre \$200,000.00 (doscientos mil pesos 00/100 M.N.) y el equivalente al 100% (cien por ciento) de la utilidad bruta por cada venta realizada.

IX.1.8. En caso de incumplimiento a Ventas Flotillas: la cantidad que sea mayor entre \$200,000.00 (doscientos mil pesos 00/100 M.N.) y el equivalente al 100% (cien por ciento) de la utilidad bruta de la Venta Flotilla en cuestión.

IX.1.9. En caso de incumplimiento a la contratación de personal MG: \$100,000.00 (cien mil pesos 00/100 M.N.).

IX.2.- Una vez determinada y notificada por escrito, vía mensajería o correo electrónico, la sanción correspondiente por el Comité de Prácticas Comerciales, los distribuidores se obligan y someten a lo siguiente:

IX.2.1. Dicha multa deberá ser pagada a favor de CONMG dentro de los 15 (quince) días naturales siguientes a que la misma le sea notificada.

IX.2.2. Tendrán derecho a apelar la multa siempre y cuando, en el plazo establecido anteriormente, presente la misma por escrito dirigido al Comité de Prácticas Comerciales juntamente con el comprobante de pago de la multa impuesta.

IX.2.3. En su caso, el Comité de Prácticas Comerciales procederá al análisis y resolución de la apelación, misma que se les notificará oportunamente y será inapelable.

IX.2.4. Tendrán derecho a la devolución del importe de la multa pagada, única y exclusivamente, si cumplen con los siguientes requisitos: (i) haber pagado la multa en el plazo establecido y (ii) si durante los próximos seis meses, contados a partir de la fecha de pago de la multa, no cometen ninguna violación a las Políticas Comerciales. En caso de incumplimiento a cualquiera de los requisitos señalados dicha cantidad no será recuperable.

IX.2.5. En caso de no haber apelado la multa, si transcurridos 30 (treinta) días naturales a partir de la notificación de la sanción impuesta, no se realiza el pago de la misma a favor de CONMG, la cantidad correspondiente será pagada a CONMG, por cuenta y orden del distribuidor, directamente por SSM de las cantidades que le correspondan al distribuidor concepto de reembolso de publicidad. Lo anterior por instrucción directa de CONMG a SMM.

IX.3. Las sanciones mencionadas en el presente documento son independientes de cualquier otra sanción que pudiera proceder por incumplimiento a las obligaciones contenidas en el contrato que cada distribuidor tiene celebrado con SMM.

Anexo: Circular Políticas de Ventas Flotillas.