



Casa abierta al tiempo

## UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ACUERDO 10/2000 UAM-SITUAM QUE CELEBRAN LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA Y EL SINDICATO INDEPENDIENTE DE TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA, MEDIANTE EL CUAL SE FIJAN LAS CONDICIONES PARA LA REORGANIZACIÓN DE LA TIENDA DE AUTOSERVICIO DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA.

### CONSIDERANDOS

1. Que con base en el artículo Décimo Séptimo Transitorio del Contrato Colectivo de Trabajo, 1980-1981 la UAM construyó una Tienda de Autoservicio para vender víveres, ropa y artículos varios a sus trabajadores.
2. Que el objeto fundamental de la Tienda, es el beneficio social para los trabajadores y por ello no tendrá carácter lucrativo.
3. Que las relaciones de trabajo entre la Universidad Autónoma Metropolitana y sus trabajadores se rigen por el Contrato Colectivo de Trabajo vigente en la UAM.
4. Que existen condiciones específicas en la prestación de los servicios de los trabajadores de la mencionada Tienda, las cuales es necesario precisar.
5. Que la Tienda de Autoservicio UAM, dará servicio a la comunidad universitaria y público en general de las 10:00 a las 20:00 horas durante todos los días del año, exceptuando el 1° de enero, 1° de mayo, 1° de diciembre de cada seis años cuando ocurra el cambio del Poder Ejecutivo Federal, 25 de diciembre y el viernes de semana santa.
6. Que a dieciocho años de su fundación, la Tienda de Autoservicio de la UAM requiere de su reorganización para cumplir eficazmente con sus objetivos.

LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA Y EL SINDICATO INDEPENDIENTE DE TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA TIENEN A BIEN TOMAR LOS SIGUIENTES

### ACUERDOS

#### I. FINANCIAMIENTO.

1. La Universidad y el Sindicato acuerdan la reorganización de la Tienda de Autoservicio y la apertura de 365 días al año, exceptuando los días que se indican en el considerando número 5 del presente acuerdo, para lo cual se operará con la plantilla de personal administrativo de base señalada en el anexo 3, manteniéndose la partida presupuestal destinada al pago de los salarios y prestaciones de los trabajadores de la Tienda de Autoservicio.



SINDICATO INDEPENDIENTE DE TRABAJADORES DE LA UAM

2. La Universidad redefinirá las bases financieras que actualmente sustentan el funcionamiento de la Tienda de Autoservicio, buscando la autosuficiencia para cubrir los gastos que actualmente subsidia la Institución a través de la partida presupuestal anual destinada a gastos de operación e inversión.
3. La Universidad se compromete a establecer los mecanismos necesarios que le permitan a la Tienda, disponibilidad inmediata de recursos financieros producto de las ventas y otros ingresos, con objeto de hacer frente a los compromisos en tiempo y forma.

## II. TRANSPARENCIA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA.

4. La Universidad se compromete a establecer los mecanismos necesarios para que exista una absoluta transparencia en el manejo y control de los recursos financieros de la Tienda de Autoservicio.
5. Conforme a lo establecido en la cláusula 217 del Contrato Colectivo de Trabajo vigente, la Universidad proporcionará, a solicitud del Sindicato, los Estados Financieros anuales de la Tienda de Autoservicio.

## III. SISTEMA PUNTO DE VENTA

6. La Universidad está de acuerdo en realizar un análisis de factibilidad del llamado Sistema de Punto de Venta, a fin de determinar el costo-beneficio de su adquisición y posteriormente diseñar la estrategia financiera a mediano y largo plazo que permita su implementación en la Tienda de Autoservicio.

En su caso, la Universidad y el Sindicato revisarán y acordarán los efectos laborales derivados de la introducción de dicho sistema e implementarán, conforme a lo establecido en las cláusulas 68 y 213 del Contrato Colectivo de Trabajo vigente, la capacitación requerida.

## IV. RENTABILIDAD DE TIENDA.

7. La Universidad efectuará análisis periódicos de rentabilidad por departamentos, con base en los aspectos relacionados con: necesidades de consumo, análisis de mercado, bienestar familiar, rotación de mercancía e indicadores financieros.
8. Con objeto de ampliar las líneas de productos para cubrir necesidades de consumo no atendidas, la Universidad establecerá convenios de comercialización a consignación con proveedores que proporcionen precios bajos, calidad y variedad en sus productos, sin que ello implique la sustitución de trabajadores de base.

## V. OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS.

9. La Universidad se compromete a mejorar la utilización de los recursos financieros con los que cuenta la Tienda de Autoservicio.
10. La Universidad y el Sindicato convienen en revisar en el marco de la cláusula 18 del Contrato Colectivo de Trabajo, las contrataciones vigentes por concepto de servicios profesionales, con objeto de determinar las estrictamente necesarias para la operación de la Tienda.
11. La Universidad se compromete a establecer criterios y lineamientos para el proceso de control operativo y administrativo en lo referente a la despensa en especie que la Universidad otorga a sus trabajadores, sin afectar el inventario de piso de venta de la Tienda de Autoservicio.

## VI. POLÍTICA DE VENTAS Y MERCADOTECNIA.

12. La Universidad se compromete, considerando la fluctuación del mercado, a que los precios fijados a los productos que se expenden en la Tienda, no podrán ser mayores a los fijados en las tiendas similares del Sector Público; así mismo, procurará su reducción en lo posible.
13. La Universidad y el Sindicato están de acuerdo en realizar, previo acuerdo de los aspectos laborales, las siguientes modificaciones para el redimensionamiento de la Tienda de Autoservicio:
  - Cambio de entrada y salida de consumidores.
  - Reubicación de departamentos desplazados por esta medida.
  - Entrega de despensas en piso de venta.
  - Adecuación del área de marcaje y su reubicación.
  - Reducción del número de cajas de línea de ventas y reubicación de algunas de ellas para el cobro de productos en los departamentos que así lo requieran.
14. Se acuerda promocionar la Tienda con empresas e instituciones de la zona, ofreciendo el canje de vales por mercancía, la dotación de despensas y precios especiales por volumen de compra.
15. La Universidad desarrollará una política de ventas dirigida a surtir en condiciones preferentes para la Institución, los productos requeridos por las cafeterías y comedores de las Unidades Académicas, los CENDI y la Rectoría General.
16. Con el objetivo de atraer a los consumidores que actualmente realizan sus compras en tiendas del sector privado, se impulsarán campañas de difusión de la Tienda, dirigidas a la comunidad universitaria y a la población de la zona, mediante los conductos

publicitarios adecuados (órganos informativos de las Unidades Académicas, Semanario de la UAM, Correo Sindical, Internet, volanteo y carteles).

17. La Universidad está de acuerdo en proyectar a la Tienda como abastecedor de productos a comerciantes al menudeo de la zona, para lo cual implementará la respectiva política de compras que cubra estas necesidades.
18. Con el objeto de inculcar en los trabajadores una cultura de servicio y ventas, ambas partes convienen en solicitar a la Comisión Mixta General de Capacitación y Adiestramiento, el diseño y aplicación de cursos de capacitación sobre estos temas.

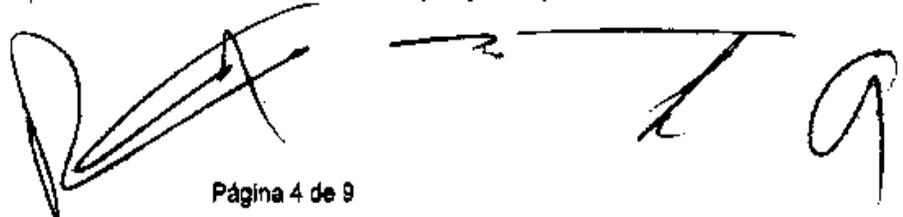
## VII. ESTRATEGIA DE COMPRAS.

19. La Universidad atenderá las propuestas que el Sindicato le haga con respecto a la inclusión de productos nuevos a las líneas de venta, y se compromete a canalizarlas al Comité de Compras el caso de acuerdo, conforme al procedimiento establecido para tal efecto.
20. La Universidad se compromete a eliminar, en donde esto sea posible, el intermediarismo en las compras, estableciendo para ello un sistema directo de compras bajo las mejores oportunidades.
21. La Universidad establecerá, fortalecerá y mejorará las relaciones comerciales con las compañías líderes en el mercado que brinden mejores condiciones de compra, como son: plazos de pago más amplios, descuentos por pronto pago o por volumen de compra, tratos preferenciales y promociones permanentes.
22. La Universidad está de acuerdo en realizar estudios de mercadeo, que permitan mejorar la política de compras y el servicio, a partir de la identificación de los hábitos de consumo de la comunidad universitaria, así como de las características de los productos en cuanto a precio, calidad y demanda; asimismo, solicitará el apoyo de las instancias e instituciones especializadas en la materia para contribuir a este objetivo.
23. La Universidad y el Sindicato desarrollarán una política permanente de comparación de precios con respecto a los fijados por otras tiendas del sector público y privado.

## VIII. CAPTACIÓN DE INGRESOS PROPIOS.

24. Existe acuerdo para que las concesiones de espacios internos y externos para ventas permanentes y de temporada, sean otorgadas bajo los siguientes criterios:

- Garantizar que los precios de los artículos sean bajos y competitivos en el mercado.

Handwritten signatures and lines, including a large stylized signature on the left and a horizontal line with a checkmark-like mark on the right.

- Evitar que dichas concesiones desplacen a secciones o productos que expende la Tienda.
- Proporcionar nuevos productos y servicios, principalmente aquellos que requiere la Comunidad Universitaria.
- Vincular estas concesiones con las empresas que proporcionan los bienes y servicios para las prestaciones que la Universidad otorga a sus trabajadores.
- Otorgar únicamente concesiones a las empresas que no condicionen la comercialización exclusiva de sus productos.

#### **IX. AMPLIACIÓN DE SERVICIOS.**

25. Conforme lo establecido en el considerando cinco del presente acuerdo, la Tienda de Autoservicio de la UAM, permanecerá abierta los días de descanso obligatorio, excepto el 1° de enero, 1° de mayo, 1° de diciembre de cada seis años cuando ocurra el cambio del Poder Ejecutivo Federal, 25 de diciembre y el viernes de semana santa.
26. Con la finalidad de orientar con criterios sociales la operación de la Tienda, la Universidad desarrollará campañas que propicien el balance nutricional en la adquisición de productos alimenticios y en general, campañas de orientación en beneficio del consumidor.
27. La Universidad establecerá un Sistema de Apartado, para la adquisición de productos de Línea Blanca y Electrónica para los Trabajadores de la Universidad y público en general.
28. Conforme lo establece la cláusula 206 del Contrato Colectivo de Trabajo 2000-2002, la Universidad otorgará a los trabajadores contratados por tiempo indeterminado, de tiempo completo o medio tiempo, en los meses de enero a septiembre, un apoyo financiero para la compra de artículos en la Tienda de Autoservicio de la Universidad, mediante un préstamo que se concederá como anticipo de salario.
29. La Tienda de Autoservicio se incorporará al FONACOT, a fin de que los créditos otorgados por este organismo, puedan ser canjeados en la Tienda de Autoservicio de la UAM.
30. La Universidad continuará las gestiones ante el ISSSTE para que los créditos otorgados por ese Instituto a los trabajadores de la UAM para la compra de bienes duraderos, puedan ser canjeados en la Tienda de Autoservicio.
31. La Universidad Autónoma Metropolitana mantendrá el descuento que se otorga en las cajas de línea a los Trabajadores y estudiantes de la Institución.
32. La Universidad y el Sindicato están de acuerdo en la instalación de Cajeros Automáticos en la Tienda de Autoservicio.

33. La Universidad y el Sindicato convienen en impulsar bilateralmente un proyecto cultural para la Tienda de Autoservicio, sin que implique erogación de recursos adicionales de la Universidad, aprovechando el acervo con que cuenta la Institución para proporcionar a los consumidores actividades que sirvan para el mejoramiento de la calidad de vida, de la salud, la alimentación, el ahorro familiar y la recreación.

Para lo anterior se acuerda avanzar conjuntamente en el impulso de proyectos sobre:

- La apertura de un Espacio Cultural.
- La Instalación de una sala de usos múltiples para el desarrollo del proyecto cultural.
- Librería TAUAM.
- El Tianguis Universitario.

34. La UAM y el SITUAM, establecerán relaciones con la Procuraduría Federal del Consumidor para que la Tienda proporcione al público los servicios que presta el Instituto sobre: normatividad para productos y productores, derechos de los consumidores, comparativos de precios, tecnología doméstica para el ahorro familiar, campañas de información que propicien el balance nutricional y de orientación al consumidor.

35. La Universidad establecerá relaciones con los proveedores registrados en el padrón autorizado, a fin de que los trabajadores puedan adquirir equipo y consumibles de cómputo en la Tienda de Autoservicio.

36. Los vales que la Universidad otorga a los trabajadores académicos, administrativos y administrativos que estudian podrán hacerlos efectivos en la Tienda de Autoservicio por consumibles de cómputo, artículos de líneas generales de la TAUAM, además de los ya establecidos en el Contrato Colectivo de Trabajo. La vigencia de dichos vales será de un año a partir de la fecha de expedición.

## X. ASPECTO LABORAL

### X.1. VACACIONES Y VACANTES POR ESTOS PERIODOS.

37. Las vacaciones de los trabajadores de la Tienda se establecerán bajo las siguientes bases:

- Los periodos vacacionales serán determinados por el propio trabajador, excepto los que laboren en departamentos de atención directa al público, los cuales se programarán bilateralmente entre la representación de la UAM y el SITUAM, tomando en consideración las necesidades de operación de la Tienda de Autoservicio.
- El trabajador deberá solicitar el disfrute de las vacaciones a su jefe inmediato por escrito, cuando menos con 10 días hábiles de anticipación a la fecha de inicio del periodo requerido.

- Las vacantes temporales generadas por las vacaciones de los trabajadores, serán cubiertas conforme a lo establecido en el párrafo quinto de la Cláusula 24 del Contrato Colectivo de Trabajo vigente.

## **X.2. APERTURA DE TODA LA SEMANA Y DIAS FESTIVOS.**

38. Las partes están de acuerdo en la ampliación de los días de servicio, para ello se acuerda el establecimiento de una nueva jornada laboral para la atención al público, conforme al anexo 1.

## **X.3. DÍAS ECONÓMICOS.**

39. Con el objeto de que la operación de la Tienda no se vea afectada, los trabajadores procurarán solicitar los días económicos con 3 días de anticipación, y no podrá exceder de la mitad del personal de cada sección y/o departamento.

## **X.4. TIEMPO DE DESCANSO Y/O COMIDA.**

40. El descanso de 45 minutos para los trabajadores con jornada de lunes a viernes o martes a sábado, se programará bilateralmente, tomando en cuenta el número de trabajadores por sección y las necesidades de la misma.

## **X.5. PROMOTORES (AS) Y/O DEMOSTRADORES (AS).**

41. Los promotores (as) y/o demostradores (as) de las compañías que surten sus productos en la Tienda, se dedicarán a la demostración e introducción de dichos productos, realizando para ello las actividades propias de esa función.

## **X.6. COMEDOR.**

42. La Universidad mantendrá el servicio para que los trabajadores adscritos a la Tienda puedan tomar sus alimentos, los precios de la comida serán similares a los existentes en la UAM.

## **X.7. SERVICIO MÉDICO.**

43. La Universidad mantendrá la Sección de Servicios Médicos, para proporcionar los primeros auxilios a quien lo requiera.

## **X.8. CAMBIOS DE PUESTO, ADSCRIPCIÓN Y RETABULACION.**

44. Dado que existen puestos de trabajo cuyas funciones han sido modificadas por las reorganizaciones administrativas y la introducción de sistemas automatizados, la Universidad y el Sindicato están de acuerdo en reclasificar y/o retabular a los trabajadores considerados en el anexo 2.

## **X.9. PLANTILLA DE PERSONAL.**

45. La Universidad y el Sindicato acuerdan reorganizar la plantilla de personal de base conforme al anexo 3.

46. La Universidad y el Sindicato convienen en mantener una relación en la plantilla de personal de 82% de trabajadores de base y 18% de personal de confianza.

## **X.10. VIGILANCIA Y SEGURIDAD.**

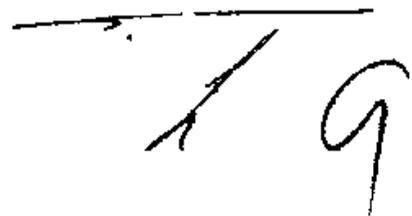
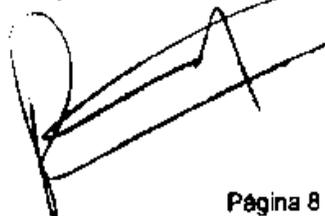
47. La Universidad mantendrá la contratación de servicios de seguridad para la Tienda de Autoservicio, bajo el rubro de Servicios Profesionales.

48. Ambas partes están de acuerdo en definir y aplicar un Programa General de Vigilancia que garantice el resguardo del patrimonio de la Tienda, sin menoscabo del debido respeto a trabajadores y consumidores.

49. La UAM y el SITUAM convienen en invitar a la Comisión Mixta General de Capacitación y Adiestramiento a participar junto con los trabajadores y autoridades de la Tienda en el diseño e impartición de un Programa General de Capacitación, Adiestramiento y Formación, que incluya a todos los puestos de Tienda con base a las necesidades que requiere el servicio, tales como:

- Capacitación en ventas y servicio.
- Adiestramiento en el puesto de trabajo.
- Formación para el desarrollo profesional y crecimiento personal
- Calidad y mejora continua
- Higiene y seguridad en el trabajo.

50. La Comisión Mixta General de Capacitación y Adiestramiento a la brevedad iniciará sus actividades, dentro de las cuales de manera primordial se encuentra la implementación por parte de la Institución de una Detección de Necesidades de Capacitación, en la cual se incluirán a los trabajadores de TAUAM, a efecto de considerar los cursos idóneos para este grupo.



51. La Universidad y el Sindicato acuerdan dar continuidad al proyecto de la Unidad Interna de Protección Civil de TAUAM.
52. La Universidad está de acuerdo en presentar al Sindicato un programa permanente de mantenimiento preventivo y correctivo del equipo e instalaciones de la Tienda de Autoservicio. Así mismo, conforme a las facultades establecidas en la cláusula 75 inciso III del CCT, la Comisión Mixta Local de Higiene y Seguridad vigilará el cumplimiento de dicho programa.
53. En el marco de los incisos II y IV de la cláusula 75 del CCT vigente, ambas partes solicitarán a la CMGHS y a la CMLHS que determinen las labores insalubres y peligrosas y apliquen los lineamientos y condiciones de higiene y seguridad que deben observarse en el centro de trabajo; la Universidad tomará las medidas necesarias para su cumplimiento.

#### **XI. ASPECTOS GENERALES**

54. El presente acuerdo y sus anexos 1 al 3 solo serán aplicables en la Tienda de Autoservicio de la UAM, y por ninguna circunstancia podrá constituirse en un precedente para otras dependencias de la Universidad Autónoma Metropolitana.
55. Para lo no previsto en el presente acuerdo, serán aplicadas las disposiciones contenidas en el Contrato Colectivo de Trabajo vigente.

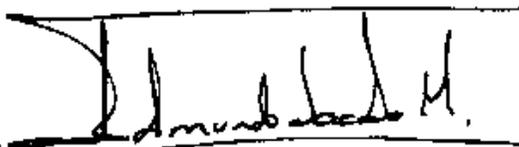
#### **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.** Este acuerdo y sus anexos sustituyen al Acuerdo UAM-SITUAM 01/82.

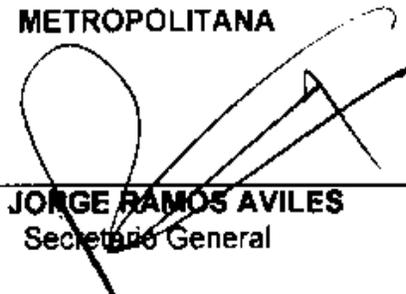
**SEGUNDO.** La Universidad y el Sindicato instrumentarán el presente acuerdo en un plazo no mayor a 30 días a partir de su firma, con el objeto de acordar todos los puntos relacionados con la ampliación del servicio los 7 días a la semana.

México, D.F. a 18 de octubre de 2000.

**POR LA REPRESENTACION DE LA  
UNIVERSIDAD AUTONOMA  
METROPOLITANA**

  
**LIC. EDMUNDO JACOBO MOLINA**  
Secretario General

**POR LA REPRESENTACION DEL  
SINDICATO INDEPENDIENTE DE LA  
UNIVERSIDAD AUTONOMA  
METROPOLITANA**

  
**SR. JORGE RAMOS AVILES**  
Secretario General

**NOTA: LOS ANEXOS ESTAN EN EL ARCHIVO 10-2000 2**  
**REORGANIZACIÓN TAUAM**