



Guía de
**Buenas Prácticas
Comerciales**

Presentación

La Guía de Buenas Prácticas Comerciales es una herramienta de promoción de la lealtad comercial y la defensa del consumidor en sentido positivo, preventivo y de alcance integral.

Como todo protocolo de cumplimiento de pautas que hagan a un fin común, se rige por la voluntad entre quien la suscribe y quien la propone, y a su vez, requiere de un compromiso social para su difusión y promoción.

Desde el Gobierno de la Provincia de Santa Fe, a través del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología, tenemos la convicción que debemos articular todos los esfuerzos necesarios para una nueva cultura comercial y del consumo. Podemos cuidar a nuestra producción, y a nuestros productores, también cuidando el consumo y al sujeto consumidor. Y la Guía de Buenas Prácticas Comerciales apunta en ese sentido.

La Secretaría de Comercio Interior y Servicios a través de la Dirección Provincial de Promoción de la Competencia y Defensa del Consumidor, se propone llevar a cabo diferentes acciones públicas y de sinergia con el sector privado, para que esta guía ponga a Santa Fe en el camino de la consolidación de un nuevo espíritu comercial, que tenga bien en claro 2 premisas que ya dieron muestra en la provincia que hacen funcionar el circuito económico y productivo:

- La promoción estatal con la iniciativa privada.
- La prevención del conflicto adelantando posibles situaciones.

¿Qué significa promover estatalmente la iniciativa privada en este marco de lealtad comercial y defensa del consumidor? Significa que el Estado santafesino fomenta la actividad comercial con el sujeto proveedor consciente de su rol social, y educa al consumidor en el conocimiento de sus derechos y los consumos inteligentes.

¿Y qué significa adelantar situaciones para prevenir conflictos? Con esta Guía de Buenas Prácticas Comerciales tanto el comercio o empresa como el consumidor o usuario, acuerdan que su relación o contrato de compra-venta se hace en el marco de la buena voluntad, el cumplimiento de las normas, y la resolución pacífica de aquellas controversias que pudieran surgir.

En definitiva, como pregonamos desde el Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología, "generando sinergia", como en este caso, entre los dos eslabones finales de la cadena de producción: el proveedor minorista, y el consumidor final.

En este documento podrán encontrar la Resolución N.º 206/2022 de la cartera ministerial, la cual incluye:

- a) La propia Guía de Buenas Prácticas Comerciales como manual de uso y aplicación.
- b) El modelo de solicitud que se aplicará al formato online de gestión a través del portal del Gobierno de Santa Fe.
- c) El "certificado" a emitir a cada proveedor adherido para su exhibición en góndola física o virtual, en mostrador o vidriera.
- d) El modelo de convenio que proponemos a las entidad empresarias de la provincia para promocionar su adhesión hacia los socios integrantes.

Para finalizar, una última reflexión: Santa Fe se consolida como el motor productivo de la Argentina. Desde nuestros suelos, industrias, trabajadores, empresarios, instituciones, la academia, los científicos y los emprendedores, surgen las más novedosas herramientas para nuestro desarrollo económico y social, y siempre, absolutamente en cada oportunidad, el consumidor aprueba lo que se produce, hace y vende desde Santa Fe. Sigamos así...

Muchas gracias.-



Abog. María Betania Albrecht.

Directora Provincial de Promoción de la Competencia y Defensa del Consumidor.



Lic. Juan Marcos Aviano

Secretario de Comercio Interior y Servicios



Med. Vet. Daniel Costamagna

Ministro de Producción, Ciencia y Tecnología

1. Objetivos.

La presente guía intenta conseguir los siguientes objetivos:

1. Mejorar la competitividad de los comercios locales a través de la capacitación en buenas prácticas comerciales y en herramientas de gestión comercial.
2. Incentivar el consumo en los comercios minoristas locales.
3. Fomentar el comercio de cercanía.
4. Profesionalizar la gestión de los comercios adheridos.
5. Promover prácticas sustentables que minimicen el impacto ambiental.
6. Fortalecer la relación comercial entre las MiPyMEs y los consumidores.
7. Resguardar el equilibrio entre los Proveedores con los Comercializadores para evitar que realicen prácticas que perjudiquen a la competencia y/o consumidores.
8. Mejorar el impacto social y ambiental del consumo de bienes y servicios potenciando el desarrollo de las personas, contribuyendo a garantizar los derechos de las y los consumidores en especial, trato digno y equitativo.



2. Ámbito de Aplicación.

La presente Guía de Buenas Prácticas de Comercialización podrá ser de aplicación en las relaciones comerciales entre proveedores de bienes y servicios y el consumidor final, en el ámbito de la Provincia de Santa Fe.

3. Descripción de Buenas Prácticas Comerciales.

3.1. Definiciones

(a) Proveedores: Empresas dedicadas a la comercialización de bienes o servicios alcanzados por la presente resolución, siendo alcanzadas aquellas en formato de tiendas, locales a la calle, autoservicios y comercios en general dedicados a la venta minorista de bienes y servicios, sea de manera presencial o a distancia.

(b) Espacios de exhibición: Todo espacio destinado a la oferta física o virtual de productos de acceso por parte de las y los consumidores. Incluye góndolas, islas de exhibición, exhibidores contiguos a cajas, congeladores exclusivos y locaciones virtuales.

(c) Puntos de venta: cada una de las locaciones físicas o virtuales donde se exhiben y ofertan los productos y servicios.

(d) Consumidores: personas humanas -con independencia de su sexo o género- o jurídicas, privadas o públicas, que utilizan los productos o servicios que adquieren para el consumo final. Para las adecuaciones particulares o disposiciones que deban emanar de la autoridad de aplicación, se utilizará el término "las" o "los" de acuerdo al caso particular.

(e) Programa de Implementación: Programa de Buenas Prácticas Comerciales desarrollado por el Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología de la Provincia de Santa Fe, para la implementación de las guías, certificaciones, auditorías y otras herramientas.

4. Pautas Generales.

Los Comercializadores se conducirán en sus relaciones comerciales bajo los principios de buena fe, transparencia y lealtad evitando toda conducta que distorsione, limite, falsee o restrinja la libre competencia o el acceso al mercado, o menoscabe la dignidad humana o el medio ambiente.



5. Buenas Prácticas con Consumidores.

En la relación de consumo, el proveedor contemplará en su punto de venta, las siguientes buenas prácticas:

a) Precio.

- Deberán informar en forma destacada el precio de cada producto, el cual corresponderá al pago en efectivo o con tarjeta de débito o tarjeta de crédito en un pago, o con cualquier tipo de billetera virtual o medio de pago.

- Por lo tanto, se abstendrán de establecer diferencias de precio o exigir sobrepagos en caso de pago en efectivo o con tarjeta de débito o crédito y/o cualquier otro medio electrónico cuando sea en un solo

pago.

- Las ofertas deberán informarse en letra menor al precio, en otro color y tipo de letra, indicando en cada caso el plazo de vigencia de la misma y stock disponible.
- En todos los casos de venta por peso, volumen o cualquier unidad de medida, se respetarán las reglamentaciones inherentes al Sistema Métrico Legal Argentino, informando en todo caso el precio por unidad de medida que permita comparar entre diferentes productos similares.
- Se evitará la venta por peso de bebidas o líquidos en general.

b) Información del proveedor.

- Deberán ofrecer la siguiente información en los siguientes formatos y modos:

. Un cartel en la puerta de entrada, con letras no menores de 5 cm:

Horario de atención.

Domicilio postal.

Domicilio electrónico.

. Un cartel en la puerta de entrada, con letras no menores de 30 cm:

Nombre del establecimiento.

Nombre del titular del establecimiento (sea persona física o jurídica) y su clave única de identificación tributaria.

- En toda la folletería, sitio web, redes sociales, certificados de garantía y reparación, y en cualquier formato que se publicite u oferte, deberá el comercializador ofrecer su domicilio electrónico registrado debidamente y los datos de contacto de la Secretaría de Comercio Interior y Servicios del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología u Oficina Municipal o Comunal de Información al Consumidor.

- Deberán cuidar que el espacio de exhibición tenga iluminación adecuada que permita la lectura sin esfuerzo de etiquetas y rótulos de productos. Deberán adecuar la información que ofrecen en relación al público al que va dirigida, de manera cierta, clara, detallada, precisa, sin connotaciones sexistas y de manera inclusiva para todas las personas, considerando las particularidades de las personas en situación de hipervulnerabilidad.

- Deberán exhibir el certificado de adhesión a la Guía de Buenas Prácticas Comerciales con los datos consignados en el debido modelo que se facilitará al proveedor para su impresión y colocación en lugar visible.

c) Stock.

- Deberán informar la falta de stock de sus productos con cartelería en los espacios de exhibición, así como brindar los datos disponibles sobre plazos de reposición cuando el abastecimiento de un producto se hubiera suspendido momentáneamente.



d) Rotulación y cartelera.

- Deberán suministrar a las y los consumidores información básica relativa a los productos dispuestos en espacios de exhibición y a toda promoción u oferta vigente en el punto de venta:

. Información óptima: relativa al impacto ambiental del producto, su fabricación u obtención.

. Información deseable: relativa a consultas habitualmente formuladas por los consumidores o a condiciones de comercialización especialmente relevantes para el caso.

. Información básica: la exigida por la reglamentación vigente.

. Acceso a la lectura de la balanza o instrumento de medición de productos fraccionados en el comercio.

e) Publicidad engañosa.

No difundirán ofertas en los puntos de venta que:

. Fomenten conductas contra la dignidad humana.

. Fomenten el consumo irresponsable de bienes y servicios.

. Afecten el medio ambiente.

. Generen contaminación visual, auditiva y de otra índole.

f) Trato digno.

- Deberán atender siempre en forma personalizada a las y los consumidores que lo soliciten, siendo motivo de exclusión del presente régimen negar este servicio.

- Deberán demostrar en caso de utilizar mecanismos de inteligencia artificial que simulen la atención humana, que son aptos (ej. Prueba de Turing), periódicamente y cada vez que los cambios en el mercado o en el establecimiento lo hagan necesario.

g) Hipervulnerables.

- Deberán tener especial consideración de las necesidades de las y los consumidores en situación de hipervulnerabilidad objetiva o que se coloquen en tal situación por efecto del contacto con el bien, servicio o actividad económica del comercializador, de modo análogo a lo instituido mediante la Resolución N° 139 de fecha 27 de mayo de 2020 de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo o lo que en el futuro se emitan.

- Facilitarán y priorizarán, en sus puntos de venta, el ingreso, accesibilidad, tránsito y atención en caja de personas con capacidades especiales.

En particular, observarán las siguientes pautas:

- Lugares para tomar asiento dentro de los espacios comerciales.

- Espacio adecuado para circular, considerando incluso las necesidades de personas con sobrepeso, altura mayor o menor a la media y personas en sillas de ruedas.

- Ubicación adecuada de carteles, considerando necesidades particulares de personas de baja y alta estatura.

- Tamaño de letra mínimo de 20 mm. para rótulos de productos en góndolas.

- Rampas de acceso para personas en silla de ruedas.

- Carros con sillas para bebés que incluyan cinturones de seguridad para evitar caídas de los niños.

- Eliminación de obstáculos y objetos peligrosos al alcance de niños pequeños.



h) No discriminación.

- Deberán capacitar a sus dependientes para que a la hora de ofrecer diferentes productos o servicios lo hagan sin usar sustantivos o rotulaciones que promuevan estereotipos de género.
- No podrán negar o restringir subjetivamente el acceso de las y los consumidores, sea por su vestimenta, aspecto físico, o cualquier atributo o característica personal, incluyendo sus datos personales, salvo cuando se trata de situaciones sustancialmente incompatibles con los servicios o bienes que se ofrecen (ej. ropa para esquiar en centros de esquí), o condiciones mínimas de vestimenta adecuada (ej. prohibición del ingreso con el torso desnudo o sin calzado en espacios cerrados de comercialización) u otras que razonablemente se justifiquen.
- Tampoco podrán utilizar dichos criterios en la programación de sistemas automáticos, debiendo cuidar que en la programación de herramientas de inteligencia artificial no resulten implementados criterios que los reproduzcan.

i) Ofertas.

- Oferta atada. Los comercializadores se abstendrán de condicionar la contratación de un bien o un servicio a la adquisición por parte de las y los consumidores de otro bien o servicio diferente al principal.
- Ubicación. Los comercializadores deberán disponer la exhibición de los productos a las y los consumidores de forma agrupada y en góndolas, islas de exhibición o espacios virtuales contiguos, a fin de facilitarles una comparación rápida y accesible entre productos similares o sustitutos. En tal sentido, los comercializadores deberán abstenerse de exhibir productos de una misma categoría de forma fragmentada, dispersa o en lugares de difícil acceso.

Los comercializadores exhibirán los productos ofertados en góndolas e islas de exhibición dispuestos de modo uniforme en los distintos estantes y/o espacios sin dispositivos colgantes o adosados a sus estructuras que distorsionen la superficie de exhibición y contengan productos superpuestos o agregados susceptibles de generar confusión.

j) Integridad de los productos.

- Deberán observar especial cuidado en los productos de limpieza, sanitización, desmalezamiento y control de plagas, evitando cualquier tipo de riesgo para la salud que pudieran producir por su contaminación hacia alimentos, bebidas o cualquier otro producto que pudiera tener contacto con el cuerpo humano.
- Las paredes y pisos de los locales comerciales deberán estar limpios, libres de hongos y material libre de pintura, recubrimiento o revestimiento, óxido, sarro, humedad o descascaramientos.

k) Heladeras y exhibidores.

- Deberán procurar que los congeladores y exhibidores exclusivos ubicados en sus salones de venta cuenten con la leyenda "Venta Exclusiva" y con la identificación de la marca del proveedor.
- Deberán diferenciar los congeladores exclusivos de las góndolas o congeladores de productos similares de otros proveedores a fin de evitar toda confusión o error en consumidores.

l) Protección de la dignidad humana y el medio ambiente.

- No podrán orientar al público a consumir un producto o servicio que promueva estereotipos de género.
- Deberán abstenerse de realizar en sus publicidades actos discriminatorios en particular el sexo o los caracteres físicos como característica para identificar actos u omisiones específicamente discriminatorias.
- No deberán ofrecer productos destinados a buscar adecuar el cuerpo humano a modelos hegemónicos de belleza que puedan ser perjudiciales para la salud de las y los consumidores.
- No deberán vender a menores y otros sujetos protegidos aquellos productos que no deben consumir (ej. alcohol, productos para sólo uso profesional, químicos concentrados, etc.).
- Podrán rechazar la compra o venta de productos que lesionen la dignidad humana y el medio ambiente de cualquier modo.



m) Programas Estatales.

Los comercializadores deberán señalar debidamente los productos que ofrecen en el marco de programas impulsados por el Estado Nacional y Provincial, como Precios Cuidados y Precios Santafesinos, y otros que en un futuro se instrumenten y/o los reemplacen. Los mismos no podrán ser ocultados, colocados en lugares de difícil acceso ni solapados por otros productos de la misma categoría.

n) Post Venta.

- Informar sus derechos al consumidor. Los Comercializadores y Proveedores deberán informar sobre el servicio técnico que corresponde al producto o servicio contratado, incluyendo el texto completo del artículo 12 de la Ley N° 24.240.

- Deberá contar con el listado de los servicios de reparación de los bienes que ofrece.

ñ) Certificado de Reparación.

- El servicio técnico deberá brindar certificado de reparación al momento de devolver el bien reparado, indicando el diagnóstico inicial, las reparaciones efectuadas (indicando si se usaron repuestos nuevos o usados), y el pronóstico de funcionamiento considerando dichas reparaciones.

6. Buenas Prácticas Colaborativas con los Órganos de Control en Materia de Consumo.

Los comercializadores:

- Deberán colaborar con las inspecciones estatales permitiendo el ingreso de inspectores a sus recintos comerciales y cumpliendo en tiempo y forma con la información y documentación solicitada legalmente.

- Deberán abstenerse de comercializar bienes o servicios que no cumplen con leyes fiscales o violan leyes de patentes, marcas y protección de la propiedad intelectual. Serán especialmente graves las violaciones que incluyan venta de mercadería procedente del contrabando, la piratería u otros delitos.

7. Buenas Prácticas con el Medio Ambiente.

En lo que hace al cuidado del medio ambiente, los comercializadores deberán tener en cuenta lo siguiente:

I. Residuos. Observar especial cuidado en la disposición final de:

a) Los desperdicios que genera el establecimiento comercial.

b) La disposición final de los productos que venden o los desperdicios que resultan de la prestación de servicios ofrecidos.

c) Serán especialmente valoradas las actividades destinadas a recuperar residuos o colaborar con la gestión de residuos que genera la actividad que desarrollan, en forma directa o indirecta, en particular pilas y plásticos.



d) Se valorará especialmente el uso de biodigestores y el enriquecimiento de la tierra con residuos orgánicos.

e) Deberán evitar el uso de papel blanco en la comunicación con sus clientes –salvo cuando la solicitud expresa del cliente o los caracteres del público de destino no lo aconsejen–, el embalaje, la folletería de promoción o cualquier otra actividad. En cualquier caso de uso de papel o envoltorios plásticos, indicará al consumidor el modo en que se recomienda la disposición final ambientalmente sustentable.

f) Los comercializadores de alimentos y medicamentos establecerán estrategias destinadas a promover la alimentación saludable y adoptar hábitos saludables de vida, incluyendo la promoción de ejercicios físicos y mentales, el cuidado del sueño, la alimentación equilibrada y nutritiva.

II. Tecnologización Responsable.

Los comercializadores de tecnologías y servicios que incluyen avances tecnológicos deberán ofrecer capacitaciones interactivas para el uso responsable y seguro de las tecnologías, sea en forma individual o general, incluyendo contenidos mínimos: uso equilibrado de pantallas, cuidado de la exposición de menores a contenidos inapropiados, cuidado de la salud mental por la excesiva exposición o frente al tipo de contenidos, cuidado de la seguridad informática y cuidado en la protección de los datos.

Ante la mera advertencia de posibles maniobras delictivas o exposición de los consumidores a actividades ilícitas con riesgo para su salud o intereses económicos, se deberán arbitrar los medios legales (denuncia penal y reportes a titulares o administradores de redes, aplicaciones y sitios web) y técnicos aptos para neutralizar los posibles riesgos. En particular se relevarán y denunciarán sitios o aplicaciones que imiten o utilicen sin autorización la imagen del comercializador para atraer clientes.

III. Ahorro Energético.

Los comercializadores deberán cuidar la eficientización del consumo energético utilizando equipos clase A -como mínimo- de eficiencia energética e iluminación led. Se valorará especialmente el uso de calefactores solares de agua y generación de energía eléctrica solar.

8. Certificación de Buenas Prácticas.

La certificación de buenas prácticas constituye la actividad de control de su implementación y asignación del estándar previsto por el programa, basada en indicadores objetivos, medibles y demostrables que permiten conocer el grado de adecuación del comportamiento del comercializador respecto de las pautas descriptivas de la conducta deseada.

El estándar de implementación se establece en tres grados: A. Óptimo, B. Deseable, C. Básico. Las prácticas desarrolladas por debajo del estándar no cumplen con las pautas del programa.

El estándar se alcanza cuando el comercio consigue la puntuación suficiente.

La puntuación se asigna en función de las prácticas observadas en auditoría o demostradas por el comercializador en base a indicadores objetivos y mensurables, conforme lo reglamente la autoridad de aplicación.



Ej.

I. Atención:

A. Atención con personas humanas que dan respuesta al requerimiento del consumidor, - 30 puntos.

B. Atención con mecanismos automáticos de respuesta, que, para el caso en que no se satisfaga el requerimiento del consumidor, derivan a la atención de una persona humana, - 20 puntos.

C. Atención con mecanismos automáticos de respuesta y ofrecimiento alternativo de canales no automáticos que dan respuesta en un plazo menor a 24hs. - 10 puntos. También se asignará puntaje en relación a variables fluidas o dinámicas.

Ej.

Ratios de resolución de conflictos.

La resolución de conflictos con el consumidor será medida por el comercio sobre la base de los siguientes indicadores (cada comercio/rubro definirá junto con la Autoridad de Aplicación los ratios):

Tiempo medio de espera:

- menor de 10 minutos: 30 puntos.
- entre 10 y 20 minutos: 20 puntos.
- entre 20 y 30 minutos: 10 puntos.

Volumen de operaciones/cantidad de reclamos:

- menos de 0,01%: 30 puntos.
- entre 0,1% y 0,01%: 20 puntos.
- entre 0,1% y 0,5%: 10 puntos.

Cantidad de interacciones por ticket de reclamo.

- menos de 2 interacciones: 30 puntos.
- entre 2 y 3 interacciones: 20 puntos.
- entre 3 y 5 interacciones: 10 puntos.

Se valorará especialmente el ofrecimiento de adhesión a tribunal arbitral de consumo: +30 puntos.

9. Capacitación Permanente.

Los comercios adheridos al programa deberán participar de las instancias de capacitación.

10. Beneficios que ofrece el Programa.

El programa podrá ofrecer los beneficios que se enumeran a continuación, lo cual será reglamentado por la Autoridad de Aplicación:

10.1. Publicidad de las Certificaciones.

Para los comercios que cumplan con las pautas asignadas a cada grado (A, B o C) de implementación, se otorgará una certificación que podrá ser exhibida en la publicidad del comercio.



La certificación podrá ser total o parcial, admitiéndose 3 categorías:

- Buenas prácticas con consumidores.
- Buenas prácticas colaborativas con los órganos de control en materia consumo.
- Buenas prácticas con el medio ambiente.

La calcomanía pegada en la vidriera exhibirá el sello oficial de cumplimiento de buenas prácticas, indicando el período de vigencia con letras destacadas.

10.2 Acciones de Fomento.

10.2.1. Premio a la gestión de buenas prácticas.

Una vez al año se otorgarán premios a los comercios que hayan obtenido mayor puntaje en las auditorías y capacitaciones del personal. El premio será publicado en el sitio web oficial y en las redes sociales del gobierno.

10.2.2. Programa de acompañamiento al desarrollo de buenas prácticas de comercio

La Secretaría de Comercio Interior y Servicios apoyará la adecuación de los comercios a las buenas prácticas promovidas a través de incentivos vinculados al avance que consigan en las mismas. Para ello, el comercio presentará un PROGRAMA de avance en la adecuación del local comercial, regularización ante entes públicos o adaptación de los métodos de trabajo, limpieza, etc., con metas u objetivos concretos y se establecerá un premio o estímulo al alcanzar por cada meta u objetivo. Los estímulos podrán consistir en: préstamos blandos, beneficios adicionales con Billetera Santa Fe, beneficios fiscales legalmente previstos, previo los trámites y autorizaciones correspondientes.

MODELO DE SOLICITUD DE ADHESIÓN A LA
GUÍA DE BUENAS PRACTICAS COMERCIALES

Solicitud N°

Fecha:/...../.....

Razón Social:

Nombre de Fantasía:

C.U.I.T. N°: Ingresos Brutos:

Domicilio fiscal: calle N°

Localidad: Depto: CP:

Domicilio real: calle N°

Localidad: Depto: CP:

Código de AFIP N°: Descripción:

Productos y/o servicios que ofrece:

I. Góndola: Física Virtual

II. Góndola: Física Virtual

//2.-

III. Góndola: Física Virtual

IV. Góndola: Física Virtual

IV. Otros

Términos y condiciones:

Acepto lo establecido en la Resolución N° y adhiero voluntariamente a la Guía de Buenas Prácticas Comerciales de la Provincia de Santa Fe.-

Acepto:

CERTIFICADO

“COMERCIO AMIGO DEL CONSUMIDOR”



.....
(nombre de fantasía del comercio)

Categoría: **A, B o C** (conforme auditoría punto 8 Anexo I)

EN ESTE/A COMERCIO/EMPRESA SE PRACTICA EL COMERCIO LEAL Y SE PROTEGEN LOS DERECHOS DE USUARIOS Y CONSUMIDORES, A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE LA GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES

ANTE CUALQUIER DUDA, INFORMACIÓN O RECLAMO, PODES COMUNICARTE A TRAVÉS DE LOS SIGUIENTES CANALES:

En este/a comercio/empresa:

- Domicilio postal:
- Teléfono:
- Mail:
- Web:
- Personalmente:
- Días: Horarios:

En Defensa del Consumidor:

- Domicilio postal: PROVINCIA/OMIC (días y horarios de atención)
- Solicitando turno previo en oficinas provinciales de Rosario o Santa Fe a través del siguiente link: <https://turnos.santafe.gov.ar/turnos/web/frontend.php>
- Teléfono: 0800-555-6768 opción 3 (de lunes a viernes de 8 a 13 hs.)
- Online <https://www.argentina.gob.ar/produccion/defensadelconsumidor/> - formulario

MODELO

CONVENIO MARCO ENTRE EL MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA PROVINCIA DE SANTA FE Y PARA LA DIFUSIÓN DE LA "GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES" (RESOLUCIÓN N°/2022)

Entre el **MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**, CUIT 30-99918440-1, con domicilio en Bv. Pellegrini 3100 de la Ciudad de Santa Fe, Provincia de San Fe, representado en este acto por el Ministro/Secretario en adelante "**EL MINISTERIO**", por una parte, y por la otra la Cámara/Asociación/Centro/Federación....., CUIT **-*****-*, con domicilio en la calle N°, de la Ciudad/Localidad de, representada en este acto por el/la, Sr./Sra., en adelante el/la "....."; ambos en conjunto denominadas "**LAS PARTES**", convienen celebrar el presente **CONVENIO DE COOPERACION**, que se regirá por las pautas, condiciones y cláusulas que se pactan de forma consensuada y que lucen a continuación:

CONSIDERANDO:

Que por Resolución N°/2022 del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología se ha establecido la "Guía de Buenas Prácticas Comerciales" de aplicación en las relaciones comerciales entre proveedores de bienes y servicios y el consumidor final, en el ámbito de la Provincia de Santa Fe.

Que "EL/LA....." es una entidad que promueve

Que "EL MINISTERIO" viene desarrollando distintas acciones tendientes a promover el fortalecimiento de la actividad económica, la industria, el comercio, los servicios, las comunicaciones, los emprendedores y la economía social, y la defensa de las y los consumidores y usuarios de nuestra provincia de Santa Fe;

Que, en el marco de tal gestión, que conlleva implícito desarrollar distintas estrategias, es preciso avanzar hacia el establecimiento de un convenio marco, adoptada en el máximo nivel ejecutivo que facilite la más amplia colaboración, desarrollo y difusión de distintas herramientas que común acuerdo permitan internalizar la "Guía de Buenas Prácticas" en los distintos eslabones de la cadena de comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores finales de la provincia;

Para tal fin y en virtud de lo expuesto, procurando cumplir con los objetivos y finalidades señaladas, LAS PARTES consideran conveniente celebrar el presente **CONVENIO MARCO** sujeto a las siguientes **CLÁUSULAS**:

PRIMERA: OBJETO.- El presente Acuerdo tiene por OBJETO promover la "Guía de Buenas Prácticas Comerciales" en el intercambio final de bienes y servicios por parte de los proveedores que lleven a cabo su actividad en la provincia de santa Fe, a partir de iniciativas de difusión para la adhesión de asociados a "EL/LA....." a la propuesta, mediante la cual se persigue mejorar la competitividad de los comercios locales a través de la capacitación en buenas prácticas comerciales y en herramientas de gestión comercial, incentivar el consumo en los comercios minoristas locales, fomentar el comercio de cercanía, profesionalizar la gestión de los comercios adheridos, promover prácticas sustentables que minimicen el impacto ambiental, fortalecer la relación comercial entre las MiPyMEs y los consumidores, resguardar el equilibrio

entre los Proveedores con los Comercializadores para evitar que realicen prácticas que perjudiquen a la competencia y/o consumidores, mejorar el impacto social y ambiental del consumo de bienes y servicios potenciando el desarrollo de las personas, contribuyendo a garantizar los derechos de las y los consumidores en especial, trato digno y equitativo.

SEGUNDA: COMPROMISOS. - Dentro del OBJETO del presente CONVENIO las partes se comprometen a trabajar en forma mancomunada a efectos de elaborar una agenda de trabajo que determine la temática y prioridades de las partes. Con el objeto de determinar el mejor abordaje de los ejes a trabajar y que se determinarán por modelos de adhesión individual para los proveedores asociadas a "EL/LA" que estará a cargo de "EL MINISTERIO".

TERCERA: VIGENCIA. El presente acuerdo tendrá una vigencia de DOS (2) años, renovándose automáticamente por periodos iguales.

CUARTA: EXTINCIÓN ANTICIPADA. Las PARTES se comprometen a actuar en todo momento de buena fe, respetando lo aquí acordado y su espíritu.- Si por algún motivo cualquier de la partes de LAS PARTES, por su libre y voluntaria decisión, decidiere extinguir anticipadamente el presente acuerdo, deberá comunicarlo con un plazo mínimo de treinta (30) días corridos, sin indemnización ni derecho a reclamo alguno, con el único compromiso de las PARTES de continuar y concluir las acciones que estuvieran en ejecución, salvo acuerdo expreso y previo de las PARTES.

QUINTA: DIFERENCIAS: Ante las diferencias de posturas, derivadas de la aplicación o interpretación del presente ACUERDO, las PARTES se comprometen a agotar las medidas tendientes a poner fin al conflicto a través de sus máximas autoridades. De no encontrarse solución, que consensuadamente pudiera dar continuidad al presente, se entenderá extinguido el presente acuerdo por decisión unánime de las PARTES.

SEXTA: INDEPENDENCIA DE LAS PARTES: Cada una de las PARTES mantiene su autonomía e independencia en sus respectivas estructuras, y cada una es responsable por los hechos, actos, omisiones o infracciones que se deriven directa o indirectamente de su actuación, no implicando, ninguna responsabilidad de naturaleza alguna para la otra parte.

Las PARTES se obligan, una frente a otra, a mantenerse indemnes frente a cualquier reclamo administrativo y/o judicial y/o extrajudicial de cualquier naturaleza efectuado por su personal y/o terceros contratados que sea afectado a la prestación del objeto del presente ACUERDO.

SEPTIMA: DOMICILIO – DOMICILIOS ELECTRÓNICOS. Las Partes constituyen domicilios legales, especiales y electrónicos, donde serán válidas todas las comunicaciones y/o notificaciones que se cursen en los siguientes:

A.- EL MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGIA

Calle Bv. Pellegrini 3100 de la Ciudad de Santa Fe, Provincia de Santa Fe

Correo Electrónico:

notificacionescomerciointerior@santafe.gov.ar

B.-

Calle

Correo Electrónico:

En prueba de conformidad, en la Ciudad de Santa Fe, se firman dos ejemplares del mismo tenor y a un solo efecto, a los ... días del mes de del año 2022.-

**Presidente de Cámara/
Asociación**

Ministro/Secretario