

CODIGO DE BUENAS PRACTICAS COMERCIALES

Entre los abajo firmantes, en su calidad de empresas proveedoras de bienes y servicios de consumo o uso masivo y las cámaras, asociaciones o entidades que las agrupan (los “Proveedores”) y los supermercados, hipermercados grandes tiendas y otros canales de comercialización de grandes superficies y las cámaras y asociaciones que los agrupan (los “Supermercados”) ambas partes conjuntamente (“las Partes”), y

Considerando:

- A. Que es en el mejor interés de las Partes el alcanzar acuerdos y compromisos mutuos para establecer reglas de comportamiento comercial, y mecanismos de solución de eventuales conflictos, que sean mutuamente aceptables.
- B. Que las Partes tienen la intención de instrumentar tales entendimientos en un Código de Buenas Prácticas Comerciales que defina con precisión el alcance de los mismos.
- C. Que la Secretaria de Defensa de la Competencia y del Consumidor (la “Secretaria”) en su calidad de autoridad de aplicación de la Ley 24.240 ha prestado sus mejores oficios a efectos de permitir a las partes arribar a los acuerdos alcanzados en el presente y:
- D. Que es intención de las partes que la secretaria se constituya como depositarios de los acuerdos alcanzados por las partes a efectos de permitir la incorporación de otras empresas del sector que deseen adherir a los mismos en el futuro.

Se Conviene:

- 1. Estricto cumplimiento de los acuerdos comerciales.
 - 1.1. Los Supermercados y los Proveedores regularan individualmente sus relaciones comerciales mediante acuerdos que instrumentaran utilizando las formas que en cada caso convengan. Tales acuerdos deberán contemplar el tiempo de su vigencia, la necesidad de acuerdos posteriores para ser modificados las condiciones comerciales generales, incluyendo los pasos de entrega y de pago de las mercaderías, y la vigencias de las listas de precios, que mantendrán los plazos habituales ya determinados. En caso de presentación de nuevas listas de precios que no sean aceptadas explícitamente por los Supermercados en un plazo de treinta (30) días o dentro menor plazo que haya sido pactado por las partes en cada caso, los Proveedores tendrán la facultad de suspender las entregas de sus mercaderías.
 - 1.2. En aquellos casos que el plazo de pago sea superior a los 30 (treinta) días de la entrega de las mercaderías objeto del suministro, los Supermercados entregaran a los Proveedores un documento comercial negociable en el mercado financiero dentro de los 30 (treinta) días siguientes a la recepción de la mercadería. Esta cláusula no será aplicable a los Supermercados que facturen menos de cincuenta millones de pesos (\$ 50.000.000) por año.

1.3. En el cumplimiento de los acuerdos individuales, los Proveedores se comprometerán a que las entregas acordadas sean completas, en las sucursales o centros de distribución que en cada caso correspondan, en las fechas convenidas especialmente cuando se traten de ofertas anunciadas, así como ha entregar las mercaderías con fechas de vencimiento con una antelación que en cada caso permita la comercialización.

2. Trato equivalente entre las partes que se encuentren en situaciones similares.

2.1. Las partes contratantes se otorgarán recíprocamente un tratamiento equivalente al que se otorgue a otros Supermercados o Proveedores que se encuentren en situaciones similares.

3. Procedimiento para débitos, créditos y rechazo de mercadería.

3.1. Los Supermercados no podrán emitir unilateralmente Notas de Débito a los Proveedores por motivos ajenos a la venta de productos que hagan los Proveedores. Los Supermercados se reservan el derecho de emitir Notas de Débito a los Proveedores por causas fundadas, que tengan relación solo con la compra de productos. Sin embargo, en todos los casos, los Supermercados requerirán previamente a los Proveedores para que dentro del plazo de quince días emitan y entreguen la Nota de Crédito que en cada caso corresponda.

3.2. En los casos en que el Supermercado devuelva mercadería objeto del suministro, este deberá notificar al Proveedor tal circunstancia. La notificación del Supermercado deberá indicar el lugar en el cual la mercadería se encuentra a disposición del Proveedor. El Proveedor, podrá dentro de los 5 (cinco) días hábiles siguientes a la recepción de la notificación mencionada, proceder a su retiro o bien objetar el fundamento de la devolución. En caso que el Proveedor este ubicado a más de 400 Km., el plazo será 10 días hábiles. Vencido dicho plazo sin que el proveedor retire la mercadería objeto de la devolución, el Supermercado podrá proceder a su destrucción. En caso de destrucción de la mercadería conforme lo aquí establecido, el Supermercado deberá entregar al Proveedor un certificado de destrucción firmado por personal autorizado del Supermercado. Tal certificado será la causa para la Nota de Crédito que deberá emitir el Proveedor, sin perjuicio de los derechos del Proveedor a realizar los reclamos que pudieren corresponder conforme con los acuerdos que las partes hubieren suscrito dentro del marco de lo dispuesto en el punto 4.1.

4. Cumplimiento de las condiciones pactadas.

4.1. Las Partes celebrarán, interpretarán y ejecutarán los acuerdos suscritos de buena fe y conforme a los usos y costumbres del comercio comúnmente aceptados hasta el presente por las Partes, sin alterar ni la letra ni el espíritu de lo pactado.

4.2. Las Partes se comprometen a respetar y mantener los actuales usos y costumbres, en lo que se refiere a items o partidas negociadas por otros conceptos y que se han liquidado tradicionalmente en forma separada de la facturación de los productos vendidos.

5. Respetto a las marcas e imagen de los productos.

- 5.1. Los Supermercados no publicaran o exhibirán las marcas, logos o productos de los Proveedores, cuando el precio de los productos a ser publicados en los medios o exhibidos en las góndolas, sea inferior al precio de compra de los productos publicitados o exhibidos que surja de las facturas emitidas por los Proveedores, con más impuestos aplicables, neto de los descuentos incluidos en las mismas facturas. El precio definido en este párrafo se denominara en lo sucesivo en este acuerdo como Precio Legal de Venta.
- 5.2. Solo cuando se trate de ventas (i) destinadas a la eliminación del stock para discontinuar el producto, o (ii) por fin de temporada, o (iii) de productos cuya caducidad es inminente, o (iv) de productos dañados, o (v) para alcanzar el Precio Legal de Venta de los competidores, los Supermercados quedaran eximidos de la obligación asumida en el punto 5.1. salvo en el caso previsto en el punto (v) precedente, al publicar o exhibir las ofertas los Supermercados deberán advertir a los consumidores, de modo expreso y destacado en el texto, que se trata de algunos de los supuestos enumerados en este apartado 5.2.. Estas excepciones se interpretaran restrictivamente, y en caso de conflicto estará a cargo del Supermercado anunciante demostrar fehacientemente que ejerció de modo regular las facultades que otorga esta cláusula.

6. Implementación de Programas conjuntos de logística y eficiencias administrativa.

- 6.1. Las Partes, dentro de los próximos 60 días, organizaran reuniones a fin de coordinar métodos y procedimientos eficientes de logística y de distribución. Las Partes buscaran métodos de colaboración y apoyo para aquellos Proveedores que decidan invertir en la modificación de sus esquemas de logística. En tal sentido realizarán sus mejores esfuerzos para acordar la forma y condiciones de suministrar cuando sea factible información de ventas por boca, la implementación efectiva del intercambio electrónico de documentos comerciales comprometiéndose a colaborar para obtener su reconocimiento legal y adecuado tratamiento impositivo, así como generalizar la utilización de un catalogo electrónico de datos logísticos a través de los estándares EDIFAC/EANCOM siguiendo las recomendaciones específicas para el sector generadas por EAN ARGENTINA (CODIGO) a través de su comité permanente de logística, integrado a demás a tal efecto por seis representante de empresas que designe COPAL .
- 6.2. Las partes harán sus mejores esfuerzos para que las entregas centralizadas se implemente en forma tal que permita una reducción de costos para ambas partes, con optimización de la planificación tributaria e intercambio de información necesaria para el uso comercial de ambas.
- 6.3. Las Partes aunaran criterios para coordinar horarios de entregas e implementaran métodos o procedimientos que permitan eliminar o reducir la espera en las entregas.
- 6.4. Las Partes identificaran aquellos productos en los cuales, por motivos de seguridad, resulten mutuamente conveniente y económicamente viable, etiquetarlos en origen y con etiquetas de radiofrecuencia, o bien por otro método

que las partes consideren apropiado tomando en cuenta la experiencia internacional en la materia. En tal sentido conferirán prioridad a las gestiones que procuren arribar a acuerdos tendientes a poner en prácticas el etiquetado en origen de productos nuevos a partir de su lanzamiento, y en tal sentido, solicitaran al Comité permanente de Logística las recomendaciones pertinentes.

7. Condiciones para la interrupción o terminación incausada de las relaciones comerciales.

- 7.1. Las relaciones contractuales entre Supermercados que superen los cincuenta millones de pesos (\$ 50.000.000) de facturación anual y Proveedores que no superen dicha facturación anual con más de tres meses de vigencia continuada, no deberán ser interrumpidas y/o terminadas incausadamente sin haber mediado una notificación previa de cualquiera de las partes con al menos 60 sesenta días de anticipación. Esta cláusula no será aplicable cuando existan acuerdos comerciales que determinen la fecha de inicio y fin del mismo en cuyo caso se estará a lo convenido.

8. Arbitraje.

- 8.1. Las Partes Acuerdan someter a cualquier disputa con relación a la interpretación o al incumplimiento del presente aún Tribunal Arbitral, que actuara con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a ser formado por tres (3) integrantes, uno designado por los Supermercados, uno por los Proveedores y el tercero una figura prestigiosa con conocimiento del sector, quien actuara como presidente del Tribunal y será designado por las Partes de común acuerdo sobre una lista de no menos de (10) diez candidatos propuesta por las Partes, cinco (5) cada una dentro del plazo de (5) cinco días hábiles.
En caso de falta de acuerdo para la designación del presidente del tribunal por el sistema mencionado este será designado por el Tribunal Arbitral de la Bolsa de Comercio dentro de los (10) diez días de ser requerido en este sentido por cualquiera de las partes.
- 8.2. Recibido un reclamo el Tribunal convocará al denunciante y al denunciado a una audiencia única a la cual deberá concurrir una persona de nivel jerárquico de cada una de las partes debidamente autorizada con poder suficiente. Recibidas las explicaciones y aún en ausencia del denunciado debidamente citado en tiempo y forma el tribunal emitirá en el mismo acto su laudo, el cual será inapelable para ambas partes. El Tribunal podrá ordenar el cese de la conducta cuestionada, imponer multas de hasta (\$50.000) cincuenta mil pesos en beneficios de la parte que hubiera obtenido el laudo a su favor, debiendo además la parte condenada a abonar el importe que corresponda en concepto de costo de actuación del tribunal. El incumplimiento del laudo será ejecutable ante los Tribunales del fuero comercial ante la jurisdicción de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- 8.3. Dentro de los (30) treinta días de firmado el acuerdo, las partes dictaran un reglamento para que rija el funcionamiento del Tribunal Arbitral teniendo como base las cláusulas de este acuerdo.

Desde la entrada en vigencia de este y hasta tanto se dicte dicho reglamento será provisoriamente aplicable las normas del Tribunal Arbitral de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

- 8.4. Dentro de los (30) treinta días de firmado el acuerdo se constituirá una Comisión de Seguimiento y Actualización de las normas emanadas del Código de Buenas Prácticas Comerciales.

Dicha comisión conferirá prioridad a las tareas de proyectar normas y arribar a acuerdos entre las partes, para incorporar al presente código reglas que mejoren las relaciones de comercialización entre los Supermercados, Pymes y los Proveedores y entre los Proveedores, Pymes y los Supermercados.

9. Asociaciones de Supermercados y de Proveedores.

- 9.1 Las Cámaras, Asociaciones o Entidades que agrupan a los Supermercados y a los Proveedores abajo firmantes, se comprometen a invitar a todos sus afiliados para que adhieran al presente acuerdo revisando las recomendaciones en tal sentido y los actos de difusión y promoción acordes con las trascendencia del mismo.

- 9.2 La COPAL por un lado, y la Cámara Argentina de Supermercados y la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios por el otro, serán entidades que en representación de los Proveedores y de los Supermercados, respectivamente, designaran los miembros del Tribunal Arbitral y de la Comisión de Seguimiento y Actualización de estas normas, aprobaran el reglamento que rija el funcionamiento del Tribunal Arbitral, y proveerán los ámbitos y la infraestructura necesaria para que los Proveedores y los Supermercados implementen los programas conjuntos convenidos en los puntos 6.1 a 6.4 de este acuerdo.

10. Entrada en Vigencia.

COPAL, La Cámara Argentina de Supermercados y la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios suscriben el presente y aceptan la fecha de entrada en vigencia del acuerdo, siempre y cuando antes del plazo de (39) treinta días a partir de la fecha el mismo sea firmado sin reservas por todas las Cadenas de Supermercados con participación relevante en el mercado a nivel país.

Buenos Aires, 07 de Julio de 2000.

Firmas:

Juan Mirena (Presidente CAS)
Ovidio Bolo (Presidente FASA)
Eduardo Orteu (Disco S.A)
Alfredo Coto (Coto SICSA)
Fernando Brawn (La Anonima)

Stefan Krause (Cencosud S.A.)
Victor Pereira (Norte S.A. – Tía S.A.)
Antonio Rodriguez Campos (La Genovesa)

En blanco:

Donald Bland (Wal Mart)
Carrefour S.A.