Acuerdo Para Promover las Buenas Prácticas Comerciales

En la Ciudad de Buenos Aires, a los seis días del mes de diciembre de 2016 entre,

1. La **Cámara Argentina de Publicaciones,** con domicilio en calle Lavalle 437-5° "A".C.A.B.A., representada en este acto por Rodolfo Reyna, en carácter de Presidente de la entidad.
2. La **Cámara Argentina del Libro**, con domicilio en Av. Belgrano 1580-4° piso-C.A.B.A., representada en este acto por Ana Rosenberg, en carácter de Presidente de la entidad.
3. La **Cámara Argentina de Papelerías, Librerías y Afines**, con domicilio en calle Castro Barros 528-C.A.B.A., representada en este acto por Ecequiel Leder Kremer, en carácter de Vicepresidente de la entidad y por Carlos Moron en carácter de Presidente de la Subcomisión del Libro.

Todas, como las Partes, acuerdan celebrar este Acuerdo para promover las buenas prácticas comerciales, que se regirá por las siguientes cláusulas:

Primera. Antecedentes

1.1. Que las Partes tienen entidad representativa entre las empresas que están dedicadas a la producción y comercialización de libros en la República Argentina.

1.2. Que las Partes manifiestan que la actividad de comercialización de los libros debe estar sujetas a los siguientes principios rectores:

a. El respeto irrestricto a la normativa vigente, en especial a las leyes 25542 de Defensa de la Actividad Librera, la ley 25.156 de Defensa de la Competencia, la Ley 22.802 de Lealtad Comercial y la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor y la normativa fiscal vigente.
b. La libre competencia.
c. La lealtad comercial.
d. La transparencia.
e. La provisión de información veraz y adecuada al consumidor.
f. El respeto irrestricto de las condiciones de comercialización acordadas dentro del margen de la ley.
g. El respeto irrestricto a los derechos de los autores consagrados en la Ley 11.723 de Propiedad Intelectual.

1.3. Este acuerdo establece las normas básicas de conducta por las que las entidades que participan han acordado regirse en sus prácticas comerciales.

También se establece un cauce para la solución de reclamaciones que puedan surgir, a través de un sistema de resolución de conflictos acorde con los principios de equidad, independencia, transparencia, legalidad, y eficacia, manteniendo el

respeto del canal comercial y la venta a través de los comercios habilitados fehacientemente y que cumplan con las normativas de la AFIP para su comercialización. Las partes recomendarán a sus asociados y/o a las empresas del sector no asociadas que los conflictos surgidos sean dirimidos ante los órganos competentes de la Secretaría de Comercio de la Nación.

El no cumplimiento de este acuerdo deteriorará la cadena de comercialización librera que es patrimonio distintivo de nuestro País y que permite una oferta bibliográfica de calidad reconocida a nivel local e internacional.

Segunda. Buenas prácticas comerciales
Las Partes consideran que son buenas prácticas comerciales:

2.1. Respetar los precios de venta al público en los términos y con las excepciones establecidos en la ley 25542 de Defensa de la Actividad Librera.

2.2. Competir libremente, en el marco de la normativa vigente, con los precios fijados por las editoriales y respetados por todo el canal.

2.3. Respetar la normativa de lealtad comercial, en especial en lo referido a publicidad y promoción mediante premios.

2.4. Proporcionar información cierta clara y detallada a los consumidores en todos los eslabones de comercialización de los libros, para que estos puedan tomar una decisión informada.

2.5. Garantizar el trato digno y equitativo de los consumidores.

2.6. Actuar con diligencia conforme a los principios de buena fe y ética profesional.

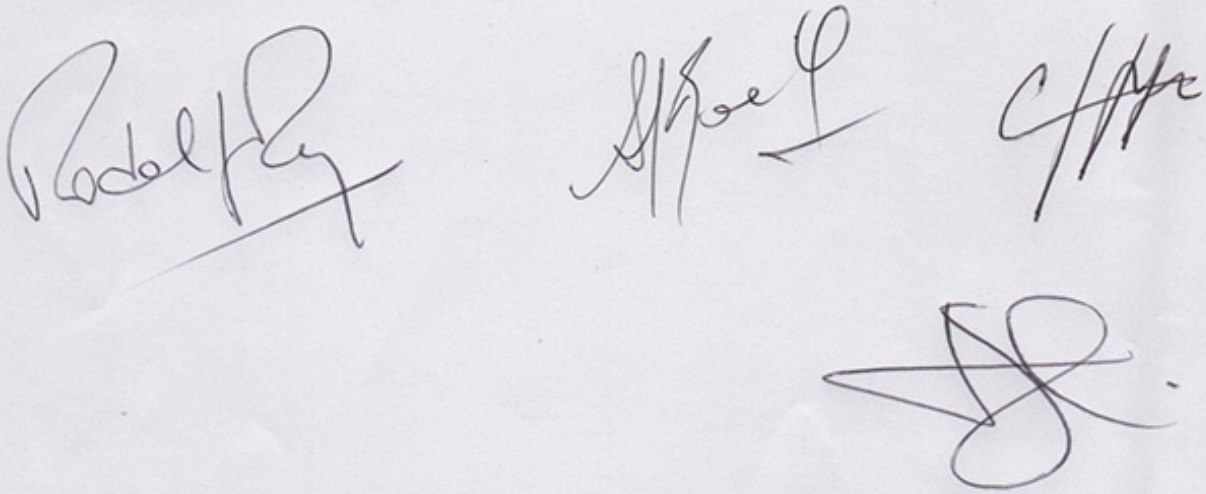
2.7. Respetar las condiciones de comercialización acordadas en especial las referidas a los compromisos de entrega, ventas y pagos.

2.8. Respetar el derecho de los autores comercializando únicamente ediciones autorizadas, conforme a lo dispuesto por la Ley 11.723.

Tercera. Promoción de las buenas prácticas comerciales
Las Partes se comprometen a:

3.1. Circularizar este Acuerdo entre sus asociados y, en la medida de lo posible, entre las empresas de cada uno de los sectores no asociadas a las respectivas cámaras.

3.2. Invitar a sus asociados, y a las empresas del sector no asociadas, a adherir este Acuerdo.

3.3. Colaborar con la Secretaría de Comercio de la Nación en el fiel cumplimiento del presente acuerdo.

En el lugar y fecha que figura en el encabezado en tres ejemplares de un mismo tenor e igual efecto.