

ACTUALIZACIÓN CONVENIO COLECTIVO 540/08

CAPITULO I

LAS PARTES

Artículo 1º: La Federación Argentina de la Industria de la Indumentaria y Afines y la Asociación de Modelos Argentinos, signatarias del Convenio Colectivo Marco homologado por Resolución MT N° 252/99 Registrado bajo el N° 314/99 y extendida su aplicación a todo el país por la Resolución MT N° 688/99, suscriben el presente convenio colectivo de trabajo, con las modalidades y condiciones especiales para la Rama Indumentaria, articulado al mencionado convenio Marco conforme su artículo 7º.


CAPITULO II

ARTICULACIÓN


Artículo 2º: Las modalidades y condiciones de trabajo que se establecen en el Convenio Colectivo de Trabajo, marco de la actividad de modelado mencionado en el artículo anterior, tienen plena vigencia y se articulan a este convenio colectivo de trabajo de la Rama Indumentaria.

CAPITULO III

PERSONAL COMPRENDIDO



Artículo 3º: Se encuentran comprendidos en el presente convenio toda persona física que se desempeñe, mediante una relación laboral con un empleador (persona física o jurídica) como trabajador/a modelo para que, en forma directa o por medios gráficos, televisivos, audiovisuales, cinematográficos o Internet, realicen una acción determinada mediante la cual exhiben su imagen, ya sea considerada en forma estética o en función interpretativa, para la promoción o presentación y/o venta de indumentaria, objetos, productos o artículos que hacen a la misma.



El ámbito territorial es el reconocido en la Resolución MT N° 688/99, es decir todo el territorio Nacional.

A los fines del presente régimen, se entiende por actividad de mannequin, model, Modell, modello, модель, modelo y cualquier otra definición idiomática, a la ejecutada en nuestro país, o contratada en él, aún en los casos en que la tarea sea desarrollada en el exterior, que mediante la utilización de toda su imagen o parte de ella, muestra, exhibe, ofrece, anuncia o presenta, un servicio o una idea para promover, promocionar o direccionar su utilización y/o consumo, ya sea de manera visual, oral, gestual o corporal, en vivo, grabado o por cualquier medio visual o audiovisual en forma estática o en movimiento.

Artículo 4º: Las partes coinciden en la necesidad de modernizar el marco de las Relaciones Laborales, con el objeto de adecuar a las condiciones de globalización y competitividad de la economía y el mejoramiento real del modelo profesional, categorizándolo como un importante eslabón en la cadena de comercialización.

Artículo 5º: El presente Convenio Colectivo de Trabajo establece parámetros de la modalidad y condiciones de trabajo de la actividad de modelo enfocado desde una diversidad inclusiva, plural y multifacética, por eso se incluye en el concepto de modelo, a todo trabajador que, mediante la utilización de toda su imagen o parte de ella, sea ésta considerada estéticamente o en función interpretativa, ofrece o presenta un objeto, producto, idea o servicio en vivo o por cualquier medio visual o audiovisual, aunque desempeñe simultánea o sucesivamente otras actividades. Se promoverá que las distintas edades, los conceptos alternativos, las diferentes tallas e identidades sexuales tengan acceso a la pasarela y la fotografía comercial y a los canales de televisión y comunicación por intermedio de las redes sociales, cinemagraph, plataformas online y offline, e-commerce, gifs, páginas web, sitios web, imágenes y videos capturados por drones, cualquier otro soporte técnico y/o tecnológico, creado o a crearse, del que se valiera la actividad.

CAPITULO IV

VIGENCIA

Artículo 6º: Este convenio tendrá vigencia en todo el territorio nacional durante un (1) año partir del mes de abril de 2023.

CAPITULO V

DEL CONTRATO DE TRABAJO

Artículo 7º: El contrato de trabajo se registrá por las modalidades contractuales de trabajo eventual, plazo fijo o temporáneo, que podrán ser celebrados por el o la modelo o por su representante. Dicho contrato deberá ser firmado por triplicado, certificado y sellado por la asociación sindical, previamente a la realización de labores correspondientes a la actividad debiendo enviar el empleador mediante correo electrónico a la siguiente casilla: contratosregistrados@amamodelos.com.ar dentro de los 5 (cinco) días de firmado, un ejemplar a la Asociación Modelos Argentinos, el que será registrado en el libro especial rubricado para contactos laborales. Las cámaras intervinientes promoverán el uso, de dichos contratos certificados, por parte de los empleadores que contraten trabajadores y trabajadoras del sector. Esos contratos se instituyen como herramienta para el trabajo registrado y su utilización asegurará que, ante la presencia de cualquier tipo de conflicto laboral, que tenga relación con el encuadre en la actividad, la ASOCIACION DE MODELOS ARGENTINOS, intervendrá para su solución, directamente, sin requerimiento al o del anunciante o empleador.

Artículo 8º: En el caso de participación de menores en contratos de trabajo y de uso de imagen, se registrá por el sistema legal vigente conforme lo establecido en la Convención sobre los derechos del Niño, incorporada a nuestro sistema legal mediante ley 23.849/90 y el Convenio OIT N° 138, ratificado por nuestro país e incorporado al derecho positivo vigente a través de la ley 24.650 y conforme a la ley 26.390 PROHIBICION DEL TRABAJO INFANTIL Y PROTECCION DEL TRABAJO ADOLESCENTE. Cada empleador deberá solicitar ante las administraciones laborales

de cada jurisdicción donde se desarrolle la actividad laboral del menor la correspondiente autorización, cumpliendo con el procedimiento establecido en cada una de ellas.

Artículo 9: Se podrá incluir en el contrato, la cláusula de exclusividad, que comprende, la prohibición de celebrar otro contrato que involucre producto, marcas o empresas, que generen competencia con un empleador distinto. El contrato de trabajo con exclusividad del modelo no podrá ser mayor a seis meses debiendo convenir un cachet por exclusividad entre el trabajador/a y el empleador/a u/o empresa, que sea suficiente y proteja al modelo siendo equivalente a un resarcimiento por el periodo que afecte esta inhibición de la utilización de su imagen al trabajador/a en beneficio de la promoción de la producción de referencia.

Artículo 10º: El empleador deberá proveer a su cargo, antes de la presentación, la indumentaria a exhibir en la promoción, el maquillaje y peinado de el/la modelo, debiendo abonar los días u horas que insuman la prueba de los mismos.

Artículo 11º: Los contratos para uso de imagen, ya sea fotográfica, audiovisual, cinematográfica o video, en publicidad, redes sociales, cinemagraph, plataforma online y offline, e-commerce, gifs, páginas web, sitios web y cualquier otro soporte técnico y/o tecnológico o gráfica en general, deberán establecer el ámbito territorial y su duración temporal.

Artículo 12º: La duración, de los contratos de uso de imagen, ya sea fotográfica, cinematográfica o video, en publicidad, redes sociales, cinemagraph, plataformas online y offline, e-commerce, gifs, páginas web, sitios web y a cualquier otro soporte técnico y/o tecnológico o gráfica en general, no podrán ser superior a doce (12) meses. En caso de primera renovación el cachet establecido será duplicado para el periodo siguiente y para una segunda renovación se triplicará.

CAPITULO VI

DE LA PRUEBA Y EL ENSAYO

Artículo 13º: Está incluido en el contrato de trabajo, que suscriban los modelos el tiempo que dure la realización del corte o peinado como la prueba y el ensayo de la presentación.

Artículo 14º: El modelo contratado deberá concurrir al ensayo que se requiere para la ejecución de su trabajo, el desfile o gráfica.

CAPITULO VII

DE LAS CATEGORÍAS PROFESIONALES

Artículo 15º: Se establecen las siguientes categorías profesionales de los modelos:

Categoría A : Fashion Model de Alta Costura (Diseño Exclusivo)

A.1: Celebrity

A.2: Top

Categoría B: Fashion Model de Indumentaria (Diseño Seriado)

B. 1 Celebrity

B. 2 Top

B. 3 Model

B.4 New face

Categoría C: Fashion Models teen de 12 a 15 años

C. 1 Model

C. 2 New face

Categoría D: Fashion Model kids hasta 12 años"

Categoría E: Asistente de modelos, los que asisten a la/os modelos, en el backstage del desfile de moda en la rama de indumentaria.

CATEGORÍAS ESPECÍFICAS:

Artículo 16º: El modelado fitness encuadra a los modelos con físico atlético, con la característica de músculos definidos como "culturistas"

Artículo 17º: El modelado de parte del cuerpo lo expresan aquellos modelos que ejercen su profesión modelando con una parte determinada de su cuerpo, por las condiciones sobresalientes de ellas.

Artículo 18º: El modelado "glamour" se basa en el cuerpo del modelo y de las insinuaciones del mismo para destacar el atractivo de un producto.

Artículo 19º: El modelado "identitario" es el desarrollado sin identidad de género definida.

Artículo 20º: El modelado alternativo es aquel en que los modelos no responden a los tipos de modelos convencionales.

Artículo 21º: Los modelos "fashion influencers" son aquellos que prestan su imagen para difundir ideas, conceptos, indumentaria, accesorios de moda, servicios y promocionar en las redes sociales.

Artículo 22º: Los modelos "inclusivos" son aquellos que presentan talles especiales que exhiben la indumentaria con interseccionalidad.

Artículo 23º: Los modelos "trendy teens" son aquellos adolescentes que modelan cumplimentando los requisitos y restricciones legales de la ley 26.390, PROHIBICION DEL TRABAJO INFANTIL Y PROTECCION DEL TRABAJO ADOLESCENTE, en virtud de su edad.

Artículo 24º: Los modelos "Brand ambassador" son aquellos que representan o identifican a una MARCA o EMPRESA tanto de manera presencial, publicitaria como en comunidades virtuales para comercializar la marca a través de tácticas de marketing virtual o audiovisual o filmico. Es un embajador de la marca promocionando y divulgando sus valores, servicios y productos. Es un representante de la marca en todo momento, pero no sólo es el portavoz, sino que debe incorporar de forma natural los valores corporativos. Es decir, no sólo habla en nombre de la marca, sino que allí donde va es la propia marca, tiene que estar absolutamente familiarizado con ella, encarnar su carácter y evidentemente la imagen inherente a la marca. Los Brand Ambassador se comunican a

través de las redes sociales, perfiles personales. Son entrevistados en programas donde comparten su experiencia de la marca a la cual representan. Participan de eventos como invitados o como ponentes interactuando con los asistentes y luego comparten momentos del evento en sus propias redes.

Artículo 25º: Los modelos fit son modelos que trabajan tras bambalinas, en casas de modas probándose prendas y con los confeccionistas para asegurarse que las prendas tengan las tallas correctas.

Artículo 26º: Los modelos instagrammers son aquellos que tienen un perfil público en la red social de instagram, interactúan con otros usuarios de la red y comparten publicaciones arrojando (@) nombres de marcas o empresas, direccionando el consumo hacia esos productos.

Artículo 27º: Los modelos que publican en sus estados de WhatsApp, en dicha aplicación de mensajes por teléfono móvil, su imagen a través de fotos, videos y GIF promocionando determinadas marcas, empresas, objetos, productos, artículos o servicios con el fin de orientar el consumo hacia esos productos de las personas que los miran.

Artículo 28: Los modelos del arte y cultura en movimiento. Los modelos del arte y cultura en movimiento son aquellas personas físicas que exhiben diferentes prendas, objetos, productos, servicios, ideas y/o artículos que se adaptan a los movimientos del baile y escenografías musicales.

Artículo 29º: Promotoras: son modelos que en forma directa mediante la utilización de toda su imagen e interacción con el público promueven un producto (con o sin degustación) un servicio, mediante la entrega de folletería e información/asesoramiento en congresos, automovilismo, supermercados, ferias y exposiciones internacionales, nacionales, municipales, regionales, locales, virtuales de todo tipo destinado a direccionar el consumo de artículos o servicios. Promociones con juegos, sorteos, concursos, premios instantáneos, promoartistas con la finalidad dirigir el consumo de los potenciales clientes. Las promotoras pueden llevar a cabo las acciones de promoción de manera presencial o virtual. También realizan tareas de ornamentación para una mejor y correcta exposición de los productos y de esta manera conducir el consumo. El trabajo de promoción comercial desempeñado por las modelos aumenta la productividad de las empresas. Esta actividad tiende a generar más puestos de trabajo decente/registrado.

Artículo 30º: Se establecen las siguientes categorías de promotoras:

- CATEGORÍA "A" Promociones especiales/profesionales/ bilingües: es el trabajador/a que cumple sus funciones en eventos; sean públicos o privados, promocionando, degustando productos o servicios con fines promocionales y/o publicitarios que requieren competencias específicas como idiomáticas, profesionales u otras.
- CATEGORÍA "B" Eventos/Recepcionista: es el trabajador/a que cumple sus funciones en eventos, sean públicos o privados, asistiendo y/o recepcionando, promocionando, degustando productos o servicios con fines promocionales y/o publicitarios.
- CATEGORÍA "C" Vía Pública, es el trabajador que cumple sus funciones en la vía pública promocionando; folletería y/o degustando productos o servicios con fines promocionales y/o publicitarios.
- CATEGORÍA "D" Promoción Publicitaria puntos de venta: es el trabajador/a que cumple sus funciones en supermercados y locales comerciales de venta mayorista o minorista degustando productos o servicios con fines promocionales y/o publicitarios.

- CATEGORÍA "E" Armador/Instalador promocional: en puntos de venta o distribución, es el trabajador/a que cumple sus funciones armando, equipando realizando picking, pegando calcos cenefas carteleras etc., dentro de la cadena necesaria para realizar una promoción o trabajo publicitario.

CAPITULO VIII

DEL CACHET PROFESIONAL

Artículo 31º: Se entiende por cachet la remuneración que deberá percibir la/os modelos por la realización de los trabajos que se contraten. El cachet convenido en el contrato individual de trabajo, no podrá ser inferior a fijados, en este convenio colectivo de trabajos.

Artículo 32º: DESFILE: MODELOS se establecen los siguientes cachets mínimos profesionales por pasada en pasarela, escenarios, en lugares cerrados o abiertos y de los asistentes, es decir los que asisten a la/os modelos, planchadoras, probadoras y quienes cumplen funciones en el backstage del desfile de moda en la rama de indumentaria.

Categorías

A. 1: \$ 97.500

A. 2: \$ 37.700.-

B. 1: \$ 91.000.-

B. 2: \$ 39.000.-

B. 3: \$ 26.000.-

B.4: \$ 11.700.-

C.1: \$ 11.700.-

C.2: \$ 11.700.-

D. : \$ 9.100.-

E. : por hora de trabajo: \$ 910.-

En caso de ser filmado el desfile, total o parcialmente, como también la toma fotográfica, y ese material sea utilizado en TV, diario, revista, catálogo, merchandising, televisión por abierta, cable y satélite, banners, redes sociales, cinemagraph, plataformas online y offline, e-commerce, gifs y cualquier otro soporte técnico y/o tecnológico, creado o a crearse, será incrementado en el 100%.

En el caso de prueba de vestuario/ensayos, se abonará la suma de \$ 4.550.- por cada día destinada a esta función.

Artículo 33º: En caso de ser filmado el desfile, total o parcialmente, el cachet adicional deberá ser convenido en el contrato individual por ser utilizada su imagen con fin Publicitario.

Artículo 34º: PROMOTORAS Se establece la siguiente escala salarial por hora.

Categorías

A: \$ 1.950.-

B: \$ 1.170.-

C: \$ 1.170.-

D: \$ 1.170.-

E: \$ 1.300.-

GRÁFICA

Artículo 35°: Los modelos que poseen o cumplan una rutina para ser tomada su imagen Gráfica, percibirán la siguiente remuneración por sesión, no superior a 4 horas:

Categorías	
1-Protagonista	3-Personaje menor
2-Co-protagonista	4-Grupal
3-Secundario	5-Extra

COPROTAGONISTA: 70% del protagónico

PERSONAJE MENOR: 40% protagónico

SECUNDARIO: 60% del protagónico

GRUPAL: 30% del protagónico

El cachet se incrementará según tabla de porcentaje en el caso de que el film publicitario sea exhibido fuera del territorio nacional.

EXTENSIÓN POR TERRITORIO

Uruguay 20%	Latinoamérica 120%	Resto de Latam 25%
Paraguay 20%	Europa 150%	
Brasil 60%	Asia 250%	
Chile 50%	Oceanía 100%	
México 50%	Mundo 350%	

JORNADA LABORAL			\$ 71.240
MEDIOS GRÁFICOS	USO DE IMAGEN 6 MESES	Gráfica en diarios y revistas	\$ 84.416
		Puntos de venta	\$ 84.416
		Catálogo impreso	\$ 73.008
		Vía pública	\$ 99.245
		Stop motion (Gra-Mov-Int)	\$ 84.500
		Full print e internet	\$ 96.736
MEDIOS DIGITALES	USO DE IMAGEN 6 MESES	Medios internet e-commerce	\$ 74.148
		Giff únicamente	\$ 74.148
		Bancos de imágenes	\$ 109.525
		Cinemagraph	\$ 74.148
		Video para plataformas online y offlines	\$ 84.416
		Redes sociales	\$ 84.416
		Full digital	\$ 94.900
		Instagrammers-Influencers-Estados de WhatsApp	\$ 94.900

JORNADA LABORAL			\$ 71.240
MEDIOS GRÁFICOS	USO DE IMAGEN 12 MESES	Gráfica en diarios y revistas	\$ 105.518
		Puntos de venta	\$ 105.518
		Catálogo impreso	\$ 91.260
		Vía pública	\$ 124.020
		Stop motion (Gra-Mov-Int)	\$ 120.918
		Full print e internet	\$ 117.000
MEDIOS DIGITALES	USO DE IMAGEN 12 MESES	Medios internet e-commerce	\$ 97.500
		Giff únicamente	\$ 92.690
		Bancos de imágenes	\$ 136.890
		Cinemagraph	\$ 92.690
		Video para plataformas online y offlines	\$ 97.500
		Redes sociales	\$ 97.500
		Full digital	\$ 119.600
		Instagrammers-Influencers-Estados de WhatsApp	\$ 119.600

Artículo 36°: Cuando la imagen del modelo en la toma gráfica se limite a mostrar una parte del cuerpo, sin la exposición del rostro, percibirá el 50 % de los cachets establecidos en el artículo anterior, modelaje de manos, modelaje de cuerpo, etc.

EXCLUSIVIDAD

Artículo 37°: Se deberá establecer para los contratos individuales de modelos si se conviene la cláusula de exclusividad, sino se entenderá que no existe.

CAPITULO IX

ADICIONALES

Artículo 38°: Cuando el modelo deba realizar su trabajo dentro del radio de setenta kilómetros a partir de los 20 kilómetros de su residencia, percibirán un adicional del 10 % de la jornada laboral por día y cuando supere esta distancia en el territorio nacional se le abonará el 20 % de la jornada laboral por día. Por cada Call Back (retoma) se abonará un mínimo 50% del cachet estipulado.

Artículo 39: Cuando el modelo deba realizar su trabajo en el exterior, percibirá un adicional de U\$S 80 dólares estadounidenses por día.

Artículo 40°: Se incrementará el cachet convenido en el contrato individual para gráfica, con los siguientes adicionales:

Por tiempo del uso de la imagen: Por mes o fracción el 25% del cachet.

a) Por territorio del uso de la imagen:

Las partes deberán convenir un cachet adicional según los ámbitos de difusión.

CAPITULO X

VIÁTICO

Artículo 41°: En los casos de que los modelos deban realizar su trabajo, dentro del radio de 20 kilómetros de su residencia, el empleador deberá abonarle en concepto de viáticos el 10 % del valor de la jornada laboral.

Artículo 42°: Cuando la jornada de trabajo del modelo sea superior a cuatro horas se le proveerá de merienda o caso de que no se le provea se abonará en ese concepto un de viático del 5 % del valor de la jornada laboral. - Adicionando un porcentaje a convenir entre las partes por las horas extras.

Artículo 43°: El empleador que contrate modelos para desempeñar su trabajo que requiera traslado o estadía fuera del lugar de residencia, tendrá a su cargo los gastos que devengue el traslado, hospedaje, en hotel superior a tres estrellas, con desayuno, almuerzo y cena. Cuando la ejecución del trabajo deba hacerse fuera de su lugar de residencia, en un radio superior a los 300 kilómetros de distancia el traslado deberá hacerse por vía aérea y/o el medio acordado a los fines de agilizar el traslado, siempre estando ambas partes de acuerdo.

CAPITULO XI

DEL PEINADO

Artículo 44º: El empleador o quién esté a cargo de la dirección de la exhibición, establecerá previamente la indumentaria a promover, la rutina a seguir, quedando obligado el modelo a mantener la indumentaria en las condiciones que las recibe y restituir la misma al terminar la realización de la exhibición.

Artículo 45º: Cuando la exhibición exija la caracterización de él o la modelo y se requiera maquillaje y peinado, la modelo deberá prestar previa conformidad y el servicio será realizado por personal idóneo.

CAPITULO XII

COMBINACIÓN DE RAMA

Artículo 46º: Cuando en una misma pasada por pasarela o en una misma fotografía o film o video, el modelo exhiba productos de los distintos sectores o de otras ramas, percibirá el cachet establecido para cada una de ellos, a cargo de los respectivos empleadores.

CAPITULO XIII

BOLSA DE TRABAJO

Artículo 47º: Los empleadores que contraten trabajadores en la Bolsa de Trabajo, prevista en el inciso 4 del artículo 36 del Título VI del Convenio Marco al cual se articula el presente, contribuirán a su sostenimiento con \$100.- por cada contrato que suscriba con personal provisto por la misma.

CAPITULO XIV

DE LA CAPACITACIÓN PROFESIONAL

Artículo 48º: Las partes ratifican que el modelaje es el rostro de la moda, comprometiéndose a trabajar como entidades per se o en forma conjunta en la capacitación del personal aquí encuadrado. La capacitación profesional se brindará a todo el personal comprendido en este convenio estableciendo cupos especiales inclusivos para la formación y capacitación continua de los adultos mayores brindándoles de esta manera mayores posibilidades de inserción laboral en la actividad del modelaje. Esto se hará extensivo a las personas con discapacidad en pos de la igualdad de oportunidades y género en forma interseccional.

Las partes firmantes apoyarán y reforzarán el accionar de la Escuela de Modelos Argentinos de la Asociación de Modelos Argentinos y se comprometen a propiciar y promocionar los cursos de modelado, especiales para la rama convencionada en el presente y a remitir programas para la evaluación y en su caso ejecución de cursos, por parte de la mencionada Escuela.

CAPITULO XV

FINANCIAMIENTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACION PROFESIONAL

Artículo 49º: Los empleadores conceden a la Asociación Modelos Argentinos, una Contribución a su cargo del 1% sobre los cachets mínimos establecidos en el presente Convenio colectivo de trabajo,

que abone a las/os modelos que contrate, debiendo depositar mensualmente la suma devengada por cada contrato que suscriban, en una cuenta corriente especial de la Asociación de Modelos Argentinos con destino a la Escuela de Capacitación profesional, reglamentada en artículo 33 del capítulo I del título V del convenio marco al cual se articula el presente.

Artículo 50: Las partes se comprometen a trabajar per se y/o conjuntamente, en la enseñanza y capacitación con acento en el fomento del aprendizaje y del acceso a la formación continua para todo el colectivo laboral comprendido.

Artículo 51: Las partes intervinientes, frente a la crisis de empleo existente, realizarán todas las acciones necesarias con el objetivo de generar nuevos puestos laborales para el crecimiento y desarrollo local y nacional, promoviendo contratos que sean favorables a tal efecto, con el consentimiento de todos los intervinientes.

CAPÍTULO XVI

PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE IGUALDAD, NO DISCRIMINACIÓN, EL ACOSO Y LA VIOLENCIA LABORAL

Artículo 52º: Las partes se comprometen a respetar la igualdad de género, la diversidad y a trabajar por la eliminación de la discriminación, el acoso y la violencia laboral en el marco de las leyes vigentes. Favorecerán la igualdad y equidad de oportunidades entre hombres y mujeres y que los ámbitos de trabajo se constituyan en espacios laborales armoniosos y seguros.

Artículo 53º: Con el objeto del compromiso del artículo anterior los firmantes promoverán la implementación de buenas prácticas e incorporarán a la actividad los mandatos y recomendaciones del Convenio 190 de la OIT y su recomendación 260, a fin de garantizar espacios laborales que sean propicios para mejorar la productividad, el crecimiento y desarrollo de la actividad. Decreto N°144/2022 del Art. 179 de la Ley 20.744 (t.o.). Acuerdo de implementación C.G.T-U.I.A.-C.A.C., Art 179 Ley 20.744 (t.o.).

CAPÍTULO XVII

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Artículo 54º: Las partes acuerdan la constitución de una Comisión Tripartita para Resolución de Conflictos Colectivos, constituida por dos representantes de cada una de ellas. Las resoluciones se tomarán por simple mayoría. En caso de empate se designará un mediador elegido, por las partes, por el sistema de "tacha". Ello sin perjuicio de la intervención del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social o de las autoridades administrativas laborales jurisdiccionales, según corresponda.

CAPÍTULO XVIII

DÍA DEL MODELO

Artículo 55º: Queda instituido por la presente convención, el día 30 de agosto de cada año Como "Día del trabajador/a modelo". Asimismo, se procurará que lo normado sobre el particular en esta convención tienda a unificar en todo el país evitando duplicaciones.

CAPÍTULO XIX

AUTOCOMPOSICIÓN

Artículo 56º: Las partes signatarias del presente convenio colectivo de trabajo, integraran una Comisión Paritaria con dos representantes de cada una de ellas, para laudar en caso de que se plantee un conflicto individual entre la o el modelo contratado y el empleador.

CAPITULO XX

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Artículo 57º: El Ministerio de Trabajo, empleo y seguridad social, será la autoridad de Aplicación del presente convenio colectivo de trabajo.

FAIA

AMA

 A.M.A.
 ASOCIACIÓN MODELOS ARGENTINOS
 NOE RUIZ
 NOEMI ISABEL MENENDEZ
 SECRETARIA GENERAL

 Dr. GUILLERMO E. J. ALONSO NAVONE
 ABOGADO
 Tº 13 - Fº 509 C.R.A.Q.F.