



**CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CÓRDOBA- FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y AGUAS
CORDOBESAS S.A.**

Entre la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA- FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS – CUIT N° 30-54667062-3**, representada en este acto por la **Sra. Decana, Dra. Catalina Lucía Alberto, D.N.I. N° 14.041.791**, conforme designación dispuesta por RHCD 2021-288-E-UNC-DEC#CE y según autorización conferida por Ordenanza HCS N°: 6/12, con domicilio en Av. Haya de la Torre s/n - Pabellón Argentina, 2° Piso- Ciudad Universitaria de la Ciudad de Córdoba, en adelante “LA FACULTAD”, y **AGUAS CORDOBESAS S.A. – CUIT N° 33-68982298-9**, representada en este acto por el **Sr. Gerente General, Cr. Héctor Alfredo Randanne, D.N.I. N° 13.963.318**, conforme designación dispuesta por Acta de Directorio N° 279 de fecha 3 de junio de 2024, con domicilio en calle Av. La Voz del Interior 5507, Córdoba, en adelante "AGUAS CORDOBESAS",

MANIFIESTAN:

Que la Universidad Nacional de Córdoba es una institución destinada al servicio público de la educación superior, en cuyos Estatutos se contempla una actuación adecuada a los principios de participación, interdisciplinariedad y pluralismo, procurando favorecer la relación con el entorno regional, nacional e internacional, así como la cooperación con otras instituciones;

Que ambas partes tienen la intención de implementar acciones tendientes a desarrollar, en forma conjunta, proyectos de carácter académico, científico y cultural de interés común para ambas instituciones;

Que ambas Instituciones están en condiciones legales de establecer lazos formales de cooperación;

Que ambas Instituciones se comprometen a promover la realización de acciones de cooperación directa en las áreas de docencia, investigación, práctica profesional, extensión universitaria y comunitaria;

Que, con el objeto de aunar esfuerzos para cumplir estos fines, acuerdan en celebrar el presente convenio específico de colaboración mutua, sujeto a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El equipo de Investigación liderado por el DR. Juan Manual Bruno, de LA FACULTAD, lleva adelante el Proyecto de Investigación, Desarrollo Tecnológico y Artístico (PIDTA) denominado PIDTA-Neurociencias: Neuromarketing Social: Estudio de Estrategias de Comunicación para



promover el Ahorro de Agua, avalado y financiado por SECYT-UNC, para el período 2024-2026. A tal fin el objetivo del presente convenio es establecer un marco amplio de colaboración en actividades de mutuo interés por su trascendencia educativa, científica, social y cultural.

SEGUNDA: Las partes acordarán las actividades a realizar en aquellos campos que sean de mutuo interés para ambas instituciones, que se incorpora en el Anexo I y forma parte integrante del presente. Se consignará el proyecto a ejecutar con los objetivos expresamente determinados y las prestaciones que asumirá cada parte.

TERCERA: Se deja establecido que todas las comunicaciones y autorizaciones entre las Partes serán válidas y vinculantes siempre que las mismas sean emitidas por escrito, por las personas firmantes del presente Convenio Específico o por los designados/as coordinadores/as a tales efectos. Las referidas designaciones como, asimismo, cualquier modificación que a futuro se acuerde entre las partes, serán plasmadas en un Acta Complementaria en la que se consignarán los domicilios electrónicos de los representantes, donde serán válidas las notificaciones que allí se cursen, y surtirá efectos a partir de su suscripción.

CUARTA: Acuerdos Específicos establecerán en forma precisa la modalidad bajo la que las partes llevarán a cabo sus acciones conjuntas. Asimismo, cualquier otra actividad que ambas partes decidan llevar adelante en conjunto, en cumplimiento del objeto arriba manifestado, deberán acordarse también mediante Actas Acuerdos, en las que se plasmarán los distintos campos de cooperación y desarrollo de la/s actividad/es, al igual que los términos, condiciones y procedimientos de ejecución de cada uno de los proyectos a convenir.

Las Actas Acuerdos que se aprueben en virtud de la presente cláusula serán informadas periódicamente según las normas vigentes en cada una de las instituciones, y podrán ser suscriptas tanto por las personas firmantes del presente Convenio Específico como por los designados/as coordinadores/as en conformidad con lo dispuesto en la cláusula tercera del presente.

QUINTA: El presente convenio no limita el derecho de las partes a la celebración de otros semejantes con otras instituciones. Todo aquello no previsto en este convenio será resuelto por las partes de común acuerdo a través de los representantes.



SEXTA: La suscripción del presente convenio no implica otro vínculo que el asumido entre las partes como derechos y obligaciones comprendidas en el mismo. Las partes mantendrán su individualidad y autonomía y asumirán particularmente las responsabilidades consiguientes.

SÉPTIMA: El presente convenio tendrá una vigencia de tres (3) años y se renovará automáticamente, salvo que alguna de las partes comunique su voluntad de rescindirlo mediante un aviso previo, por medio fehaciente, realizado con una anticipación no menor de treinta (30) días. Para este último caso las partes se comprometen a mantener en vigencia el convenio hasta la finalización de las actividades previstas para el período en curso que cuenten con recursos económicos asignados. La rescisión no otorgará derecho a indemnización alguna.

OCTAVA: A todos los efectos que correspondan las partes fijan su domicilio en los mencionados en el encabezado, donde se tendrán por válidas todas las notificaciones que se cursen.

LEÍDA Y RATIFICADA: se suscriben dos (2) ejemplares de un mismo tenor ya a un solo efecto, en la Ciudad de Córdoba, el día _____ de agosto del año 2024.

Anexo I

El equipo de marketing social, especializado en comportamiento del consumidor y en el marco de estudios de neurociencias, propone las siguientes posibles iniciativas de colaboración, asesoramiento y/o diseño conjunto:

1. Campañas de Concientización: Diseñar y ejecutar campañas de concientización sobre el uso responsable del agua, utilizando técnicas de neuromarketing/psicometría/experimentos para aumentar su efectividad.
2. Análisis de Comportamiento del Consumidor: Realizar estudios para entender mejor las barreras y motivaciones de los usuarios respecto al ahorro de agua, utilizando encuestas, focus grupos y análisis de datos.
3. Desarrollo de Contenidos Educativos: Crear contenido educativo sobre la importancia del ahorro de agua, que puede ser difundido a través de diversos canales, como redes sociales, sitios web y medios tradicionales.
4. Programas de Capacitación: Organizar talleres y seminarios para empleados y líderes comunitarios sobre estrategias efectivas de comunicación para promover el ahorro de agua.
5. Iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Colaborar en proyectos de RSE enfocados en el acceso al agua potable y la sostenibilidad ambiental, alineados con los objetivos de ambas organizaciones.
6. Estudios de Impacto de Campañas: Evaluar la efectividad de las campañas de comunicación implementadas, mediante análisis cualitativos y cuantitativos, y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.
7. Eventos y Actividades Comunitarias: Organizar eventos comunitarios, como ferias, jornadas de limpieza y charlas, que promuevan la importancia del agua y su uso responsable.
8. Publicaciones y Materiales Informativos: Producir y distribuir folletos, guías y otros materiales impresos y digitales que informen sobre prácticas de ahorro de agua y los beneficios para la comunidad y el medio ambiente.