



H. Cámara de Diputados de la Nación

CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION MESA DE ENTRADAS	
13 MAY 2004	
SEC: 0	1° 2637-154

1



Proyecto de Ley

El Senado y la Honorable Cámara de Diputados...

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°.- La presente ley tiene por objeto la regulación de grandes superficies comerciales y el régimen del comercio minorista en cadenas en todo el territorio nacional, sin perjuicio de las legislaciones provinciales y municipales sobre la materia en el ejercicio de sus competencias.

CAPÍTULO II

GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Concepto de gran establecimiento comercial

Artículo 2°.- A los efectos de la presente ley, el concepto establecimiento comercial corresponde a locales, construcciones o instalaciones dispuestas sobre el suelo de modo fijo y permanente, donde se ejerce actividad comercial de venta de productos al por mayor o al por menor, o se prestan servicios de tal naturaleza, así como cualquier otro recinto que recibe aquella calificación en virtud de la disposición legal o reglamentaria.

Son considerados grandes establecimientos comerciales:

- Los que se establecen en un predio de más de tres mil metros cuadrados (3.000 m²) u ocupen más de mil quinientos metros cuadrados (1.500 m²) de superficie cubierta, en municipios con una población de más de doscientos mil (200.000) habitantes;
- Los que se establecen en un predio de más de dos mil quinientos metros cuadrados (2.500 m²) u ocupen más de mil doscientos cincuenta metros cuadrados (1.250 m²) de superficie cubierta, en municipios con una población de entre cien mil (100.000) y doscientos mil (200.000) habitantes;
- Los que se establecen en un predio de más de dos mil metros cuadrados (2.000 m²) u ocupen más de mil metros cuadrados (1.000 m²) de superficie cubierta, en municipios con una población de entre veinte mil (20.000) y cien mil (100.000) habitantes;



H. Cámara de Diputados de la Nación



- d) Los que se establecen en un predio de más de mil quinientos metros cuadrados (1.500 m²) u ocupen más de setecientos cincuenta metros cuadrados (750 m²) de superficie cubierta, en municipios con una población de menos de veinte mil (20.000) habitantes;
- e) Los que funcionan bajo una misma enseña comercial o pertenecen a una misma empresa o grupo de empresas, cuando su volumen de venta en el ejercicio anterior o el previsto, supera los topes establecidos por la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la Nación, para la consideración de mediana empresa;
- f) Los establecimientos comerciales de carácter colectivos formados por:
 1. Un conjunto de puntos de venta instalados en un mismo recinto, parque o edificación.
 2. Centros comerciales integrados por varios locales, o edificios en los que se desarrollan actividades comerciales en forma individual por una enseña comercial o por varias firmas empresarialmente independientes, en el caso de que posean un acceso común desde la vía pública, o compartan la utilización de elementos comunes, o se hayan proyectado conjuntamente.
 3. Que estén situados o no en un mismo recinto, como así también las franquicias otorgadas por empresas o marcas, cuando los franquiciados desarrollen cualquier actividad comercial tipificada como tal en esta ley.

Artículo 3°.- Quedan exceptuados de estas definiciones de gran establecimiento comercial los mercados concentradores de frutas y verduras, y demás mercados que nucleen a productores.

Solicitudes para la habilitación

Artículo 4°.- La solicitud para el otorgamiento de la habilitación de los establecimientos comerciales a los que se refiere el artículo anterior será presentada ante el órgano competente de cada provincia y/o municipio, ante la Secretaría de Defensa de la Competencia y el Consumidor de la Nación y la misma deberá contener, bajo pena de nulidad, los siguientes requisitos:

- a) Acreditación de la identidad o personería jurídica del solicitante.
- b) Debida inscripción en el Código de Prácticas Comerciales depositado en la Secretaría de Defensa de la Competencia y el Consumidor de la Nación.
- c) Características del establecimiento comercial proyectado con indicación y acompañamiento de planos y medidas de las superficies destinadas a venta y exposición de productos, depósitos, estacionamientos y servicios adicionales.



- d) Características de la oferta y la demanda comercial prevista. Estimaciones sobre el empleo a generar y sobre la facturación y cuota de mercado para la instalación del nuevo equipamiento.
- e) Presupuesto detallado de la inversión y cualquier otra documentación que acredite y garantice la viabilidad económica y financiera del proyecto.
- f) Certificado del municipio respectivo relativo a la calificación urbanística del suelo en que se va a implementar y plano de la localización del establecimiento en el radio municipal.

Artículo 5°.- El ministerio de la Producción de la Nación creará un registro en el que constarán todos los comercios referidos en esta ley, siendo responsabilidad de los gobiernos provinciales comunicar cada treinta días, las habilitaciones otorgadas.

Las provincias y/o municipios, a su vez, podrán crear comisiones u organismos técnicos para informar, estudiar y evaluar sobre la instalación de grandes establecimientos comerciales, de acuerdo a lo que establezcan sus respectivas legislaciones provinciales y/o municipales.

Artículo 6°.- Las autoridades de aplicación locales tendrán treinta (30) días para expedirse sobre la solicitud de instalación de un gran establecimiento comercial, prorrogable por una única vez por otros treinta (30) días.

Las autoridades de aplicación nacional podrán suspender el otorgamiento de habilitaciones para grandes establecimientos comerciales por el término que determinen la Secretaría de Defensa de la Competencia y el Consumidor y/o el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia mientras dure el análisis de la autorización, o no, de la solicitud de concentración empresaria, cuando esta corresponda a una empresa o grupo de empresas cuya facturación anual sea de más de doscientos millones de pesos (\$ 200.000.000.-) de acuerdo a la Ley 25.156/99 y su Decreto Modificatorio 396/01.

Artículo 7°.- La autoridad de aplicación decidirá la aprobación de la autorización sobre la base de:

- a) Las normas nacionales, provinciales y municipales vigentes respecto a la actividad comercial, de carácter urbanístico, sanitario, ambiental y de seguridad exigidas para tales establecimientos;
- b) La habilitación comercial corresponderá a la administración municipal, sin perjuicio de que ésta pueda también someter a autorización de la provincia y/o nación otros supuestos relacionados con la actividad comercial;



H. Cámara de Diputados de la Nación

- c) La densidad del equipamiento comercial en medianas y grandes superficies ponderando la saturación comercial;
- d) El efecto sobre la estructura comercial existente teniendo en cuenta la mejora que para la libre competencia suponga la apertura de un nuevo gran establecimiento en la zona, así como los efectos negativos que aquella pudiera representar para los pequeños comercios existentes con anterioridad. Para ello será necesario contar con un dictamen de la Secretaría de Defensa de la Competencia y el Consumidor de la Nación, y/o del Tribunal Nacional de la Competencia, y/o organismos competentes en la materia de estrato provincial.
- e) La apertura de un registro de oposición, no vinculante, en el que podrán dejar sentada su oposición fundada al establecimiento de un gran equipamiento comercial: las federaciones o cámaras de comerciantes mayoristas o minoristas, los sindicatos que correspondan a dicha rama de actividad económica, asociaciones vecinales del ámbito territorial en donde se solicita la instalación, organismos de defensa del consumidor o defensorías provinciales y/o municipales, y representantes de asociaciones de consumidores con personería jurídica.

Artículo 8°.- En los casos de peticiones rechazadas, el solicitante podrá subsanar o dar cumplimiento a los requerimientos por los que se fundara su rechazo, en un plazo no mayor de sesenta (60) días.

CAPÍTULO III

Funcionamiento

Artículo 9°.- El horario de apertura y cierre, dentro de los días laborables de la semana, será libremente acordado por cada comerciante, sin perjuicio de los derechos individuales del trabajador.

En el ejercicio de sus competencias, corresponderá a las provincias y/o municipios la regulación o no, de un tope horario anual de funcionamiento de los comercios, dentro de sus ámbitos territoriales y en el marco de la libre y leal competencia y con sujeción a los principios generales que, sobre el ordenamiento de la actividad comercial se contienen en la presente ley.

Artículo 10°.- Los establecimientos de venta de pastelería y helados, de pan, comidas preparadas, de diarios y revistas, farmacias, de combustibles y/o afines,



florerías, kioscos, salones de ventas o minimercados, así como las instaladas en puntos fronterizos, en estaciones y medios de transporte terrestre, marítimo, fluvial y aéreo, y en zonas de gran afluencia turística tendrán plena libertad para determinar los días y horarios en que permanecerán abiertas al público en todo el territorio nacional.

Artículo 11°.- A partir de la entrada en vigencia de la presente ley, las grandes superficies de venta y negocios minoristas en cadena deberán ajustarse a las normas legales relativas a horarios comerciales, lealtad comercial y defensa de la competencia, sin perjuicio de las que resulten de las leyes provinciales y nacionales dictadas o que se dicten en concordancia con los mismos fines.

Precios

Artículo 12°.- Los precios de ventas de los artículos serán libres en su oferta, no obstante el Estado previa audiencia de los sectores afectados, podrá fijar los precios o los márgenes de comercialización de:

- a) Productos de primera necesidad y componentes de la canasta básica familiar.
- b) Cuando se trate de bienes producidos o comercializados en régimen de monopolio.
- c) Como medida complementaria de las políticas de regulación de producciones o subvenciones u otras ayudas a sectores específicos.
- d) Excepcionalmente y mientras persistan las circunstancias que aconsejen la intervención, cuando, en un sector determinado se aprecie ausencia de competencia efectiva, existan obstáculos graves al funcionamiento del mercado o se produzcan situaciones de desabastecimiento.

Artículo 13°.- Se prohíbe la venta de mercaderías a pérdida, consistente en que el precio aplicado a la misma sea inferior al de adquisición, según factura deducidos los descuentos que figuren en la misma, o al de reposición si éste fuera inferior a aquel, o al costo efectivo de producción si el artículo fuera fabricado por el propio comerciante, y teniendo en cuenta los porcentuales de los impuestos indirectos que correspondan. A menos que se traten de artículos perecederos en fecha próxima a su vencimiento, siempre y cuando este claramente explicitado en el etiquetado de los mismos.

Artículo 14°.- Siempre que se oferten artículos con reducción de precios, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto al precio reducido, salvo que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez. Se entenderá



H. Cámara de Diputados de la Nación



por precio anterior el que haya sido aplicado sobre productos idénticos durante un período de al menos treinta (30) días en los últimos seis (6) meses precedentes.

Sin embargo, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, será suficiente con el anuncio genérico de la misma. Si será necesario que conste en cada artículo puesto a la venta, el precio anterior y el reducido.

Promociones de ventas

Artículo 15°.- Son ventas promocionales las ofertas de productos o de prestación de servicios hechas por el vendedor a los compradores y se realizan en condiciones más ventajosas que las habituales.

Serán consideradas actividades de promoción de ventas: las ventas con prima, las ventas en rebajas, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequios, las ventas con descuento, las ofertas de venta directa.

Las denominaciones antes señaladas únicamente podrán emplearse para anunciar las ventas que se ajusten a la regulación de la presente ley, quedando expresamente prohibido el uso de las citadas denominaciones u otras similares para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal. También quedan prohibidas las voces extranjeras para hacer referencia a promociones de ventas.

Artículo 16°.- Son ventas con prima aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados productos o servicios.

Durante el período de duración de la oferta con prima, queda prohibido modificar el precio o la calidad del producto principal al que aquella acompaña.

Las ventas con prima se ajustarán, en cuanto a los casos en que proceden, sus formas, duración, efectos y garantías, a lo dispuesto en la Ley Nº 24.240 de Defensa del Consumidor, y en las normas que la complementan y desarrollan tanto en el orden nacional, como de las provincias en cuya jurisdicción se lleven a cabo este tipo de ventas.

Las bases y condiciones por las que se regirán los concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, deberán constar en el envase o envoltura del producto de que se trate o, en su defecto, estar debidamente registradas ante escribano, siendo obligatoria la difusión en medios de comunicación masiva de los ganadores de los premios vinculados en la oferta.

Cuando un comerciante comunica a cualquier consumidor que ha sido favorecido por sorteo con un premio o con la entrega de un obsequio no puede condicionar



directa o indirectamente la entrega de los citados premios u objetos a la compra de productos o servicios. Todos los sorteos destinados a premiar la participación de consumidores deben estar autorizados por la autoridad competente.

Artículo 17°.- Los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo de treinta (30) días, a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes productos, el derecho a obtener el obsequio ofrecido podrá ejercerse, como mínimo, durante los treinta (30) días siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

Artículo 18°.- Se consideran ventas en rebaja las efectuadas por los comerciantes en determinadas épocas del año, generalmente en los cambios de estación y fin de temporada, con reducción de sus márgenes comerciales.

Las reducciones de los precios deben cumplir con lo establecido en los artículos 12° 13° y 14° de la presente ley.

En las ventas en rebajas, los comerciantes están obligados a aceptar los mismos medios de pago que admiten habitualmente.

Cuando se anuncia la venta a precios rebajados de cualquier producto por tiempo limitado, se dispondrá de un stock suficiente de productos idénticos para ofrecer al público en las mismas condiciones prometidas en la venta de que se trate.

La promoción de venta en rebaja no se realizará nunca en un período inferior a una *jornada completa de horario comercial*.

Artículo 19°.- En la publicidad de las ventas en rebaja, salvo la que se haga en las vidrieras, se hará constar la fecha de iniciación y de finalización de las mismas y una referencia concreta a la oferta que se realiza.

Artículo 20°.- Las mercancías que se venden a precio rebajado deberán haber estado a la venta con anterioridad inmediata, con un mínimo de treinta (30) días, al inicio de las rebajas. Queda prohibido ofertar como rebajado productos defectuosos o deteriorados.

Artículo 21°.- Son ventas de saldo las que tienen por objeto exclusivamente algunos de los siguientes productos:



- a) Productos que hayan sufrido una importante pérdida en su valor comercial debido a su obsolescencia o a la reducción objetiva de sus posibilidades de utilización;
- b) Productos defectuosos o deteriorados.

Los productos objeto de esta modalidad de venta no deberán comportar riesgo ni engaño para el adquirente; el comerciante está obligado a advertir al comprador las circunstancias concretas que ocurran en los mismos.

La venta de saldos no podrá prolongarse una vez agotado el stock, debiendo cesar inmediatamente la publicidad al respecto.

Artículo 22°.- La venta de saldos únicamente se podrá llevar a cabo en:

- a) Dentro de establecimientos comerciales, de un modo claramente diferenciado físicamente del resto de los productos;
- b) En establecimientos comerciales o puestos de venta no sedentarios dedicados exclusivamente a esta finalidad.

El comerciante dedicado con carácter habitual a la venta de saldos puede, al mismo tiempo, compatibilizar dicha venta con una actividad comercial distinta respecto a otras mercancías, debidamente separadas de las dedicadas a saldos.

Artículo 23°.- Son ventas de liquidación y, en consecuencia, sólo podrán anunciarse como tales, las que se producen como resultado de las siguientes circunstancias:

- a) El cese total o parcial de la actividad comercial;
- b) El cambio de la orientación, actividad o estructura del negocio, cuando ello obligue al cierre por un plazo superior a un mes;
- c) La transformación de la empresa o del establecimiento comercial;
- d) El fallecimiento del propietario de un establecimiento: cuando la venta se realiza por sus herederos o responsables del negocio que no continúan con la actividad;
- e) La transmisión de un establecimiento: cuando la venta se realiza tanto por el transmisor como por el adquirente, siempre y cuando no continúen con la actividad;
- f) Siniestro que haya causado daño a la totalidad o a una parte importante de las existencias, o de fuerza mayor que impida el ejercicio normal de la actividad comercial;
- g) Ejecución de resolución judicial, arbitral o administrativa.



H. Cámara de Diputados de la Nación

Artículo 24°.- Se consideran ventas con descuento aquellas en las que los productos o servicios se ofrecen al público con un determinado descuento, expresado en un tanto por ciento, con relación a los precios habitualmente determinados por el comerciante.

Las ventas con descuento sólo podrán efectuarse cumpliendo con los siguientes requisitos:

- a) Los productos o artículos no deberán estar afectados por alguna causa que reduzca su valor;
- b) La reducción del precio habitual de venta no constituirá en ningún caso venta a pérdida, conforme a lo regulado en esta ley;
- c) El comerciante que hace una oferta de venta con descuento para un determinado período deberá contar con existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible;
- d) La oferta de descuento de un determinado producto deberá mantenerse un mínimo de veinticuatro (24) horas;
- e) Los artículos iguales no podrán sufrir incremento de precio de venta al público, en razón del número de unidades adquiridas.

Artículo 25°.- Sólo podrán ofrecer mercaderías como venta directa, las fabricas, talleres o productores a través de una o más bocas de ventas. No podrán existir intermediarios entre los productores y los locales de ventas.

Artículo 26°.- Queda prohibida la venta denominada "en cadena" o "pirámide" o cualquier otro sistema de venta análogo.

Se considera venta "en cadena" o "pirámide" a cualquier tipo de venta en la que se ofrece a los consumidores productos o servicios a precios reducidos o gratis, y se condicionan las ventajas prometidas a que el consumidor a quién se dirige la oferta consiga, directa o indirectamente, otros clientes o un determinado volumen de ventas.

Se prohíbe asimismo, proponer la obtención de adhesiones o inscripciones con la esperanza de obtener un beneficio económico relacionado con la progresión geométrica del número de personas adheridas o inscriptas. Las condiciones contractuales contrarias a lo previsto en el presente artículo serán nulas de pleno derecho.

Proveedores



H. Cámara de Diputados de la Nación



Artículo 27°.- A falta de pacto expreso, se entenderá que los comerciantes deben efectuar el pago del precio de las mercancías que compren el mismo día de su recepción.

Los comerciantes, a quienes se efectúen las correspondientes entregas, quedarán obligados a documentar, en el mismo acto, la operación de entrega y recepción con mención expresa de su fecha. Del mismo modo, los proveedores deberán indicar en su factura el día del calendario en que debe producirse el pago.

Cuando los comerciantes acuerden con las personas a quienes compren las mercancías, aplazamientos de pago que excedan de los sesenta (60) días desde la fecha de entrega y recepción de las mismas, el pago deberá quedar instrumentado en documento que lleve aparejada acción cambiaria con mención expresa de la fecha de pago, indicada en la factura. Este documento deberá emitirse o aceptarse por los comerciantes dentro del plazo de treinta (30) días desde la fecha de la recepción de la mercancía, siempre que la factura haya sido previamente enviada. Para la concesión de aplazamientos de pago superiores a ciento veinte (120) días, el vendedor podrá exigir que queden garantizados mediante aval bancario o seguro de crédito o caución.

En cualquier caso, se producirá el débito de intereses por mora en forma automática a partir del día siguiente al señalado para el pago o, en defecto de pacto, a aquel en el cual debiera efectuarse de acuerdo con lo establecido en este artículo. En estos supuestos, el tipo aplicable para determinar los intereses será un cincuenta por ciento (50%) superior al señalado para el interés legal, salvo cuando el interés pactado fuere superior.

A los efectos prevenidos en el presente artículo y con referencia exclusiva a los bienes consumibles, se entenderá como fecha de entrega aquella en la que efectivamente se haya producido, aunque, inicialmente, el título de la entrega fuese distinto del de compraventa, siempre que las mercancías hayan sido, finalmente, adquiridas por el receptor.

Artículo 28°.- De no indicarse en la oferta el plazo de ejecución del pedido, éste deberá cumplimentarse dentro de los treinta (30) días siguientes al de su recepción por el vendedor.

Sólo podrá exigirse el pago antes de la entrega del producto cuando se trate de un pedido que se haya elaborado con algún elemento diferenciador para un cliente específico y a solicitud del mismo.

Artículo 29°.- El comprador podrá desistir libremente del contrato dentro del plazo de siete (7) días contados desde la fecha de recepción del producto.



En el caso de que la adquisición del producto se efectuase mediante un acuerdo de crédito, el desistimiento del contrato principal implicará la resolución de aquél.

El ejercicio del derecho o desistimiento no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite, en cualquier forma admitida en derecho.

El derecho de desistimiento del comprador no puede implicar la imposición de penalidad alguna, si bien, el comprador deberá satisfacer los gastos directos de devolución y, en su caso, indemnizar los desperfectos del objeto de la compra.

Artículo 30°.- Lo dispuesto en el artículo anterior no será de aplicación a los siguientes supuestos:

- a) A las transacciones de valores mobiliarios y otros productos cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de un mercado no controlado por el proveedor.
- b) A los contratos celebrados con intervención de escribano público.
- c) Tampoco se extenderá el derecho de desistimiento, salvo pacto en contrario, a las ventas de objetos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, que se destinen a la higiene corporal o que, en razón de su naturaleza, no puedan ser devueltos.

Infracciones

Artículo 31°.- Serán consideradas infracciones:

- a) Ejercer una actividad comercial sin previa autorización en el caso de que ésta fuera preceptiva, o sin estar inscripto en el correspondiente registro especial, o no realizar las comunicaciones o notificaciones a la administración comercial exigidas por la normativa vigente.
- b) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa, por parte del Estado Nacional, según el artículo 12° de la presente ley.
- c) Realizar ventas a pérdida, con excepción de los supuestos señalados en esta ley.
- d) La realización por parte de las entidades a que se refiere esta ley, respecto a operaciones de venta con personas distintas a sus socios o beneficiarios.
- e) La realización de actividades comerciales en domingos y días festivos, en los casos de prohibición.
- f) La falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria en los supuestos y plazos contemplados en el apartado dedicado a la relación con los proveedores.



- g) No dejar constancia documental de la fecha de entrega de mercancías por los proveedores o falsear este dato.
- h) La oferta de operaciones comerciales en pirámide.
- i) La falta de veracidad en los anuncios de prácticas promocionales calificando indebidamente las correspondientes ventas u ofertas.
- j) Ofertar como rebajados artículos defectuosos o adquiridos expresamente con tal finalidad.
- k) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega y canje de los obsequios promocionales.
- l) Anunciar o realizar operaciones de venta en liquidación con incumplimiento de los requisitos establecidos al respecto
- m) Anunciar ventas como directas de fabricante o mayorista con incumplimiento de lo establecido al respecto en la presente ley.
- n) La resistencia, negativa u obstrucción a la acción comprobatoria o inspectora de los entes de aplicación.

Artículo 32°.- Se entenderá que existe reincidencia, por la comisión de más de una infracción de la misma naturaleza, en el término de un año, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

Sanciones

Artículo 33°.- Las sanciones se graduarán especialmente en función del volumen de la facturación a la que afecte, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, plazo de tiempo durante el que se haya estado cometiendo la infracción y reincidencia.

Artículo 34°.- Las autoridades provinciales y/o municipales competentes podrán adoptar la medida de cierre de las instalaciones o los establecimientos que no dispongan de las autorizaciones, o la suspensión de su funcionamiento hasta que rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos. Asimismo podrá suspender la venta cuando, en su ejercicio, advierta las mismas irregularidades.

Artículo 35°.- De Forma.

PAULINA ESTHER FIOL
DIPUTADA DE LA NACIÓN