

H. Cámara de Diputados de la Nación

Presidencia

8383-D-14
OD 1624

Buenos Aires, 26 AGO 2015

Señor Presidente del H. Senado.

Tengo el honor de dirigirme al señor Presidente, comunicándole que esta H. Cámara ha sancionado, en sesión de la fecha, el siguiente proyecto de ley que paso en revisión al H. Senado.

El Senado y Cámara de Diputados, etc.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1° – La presente ley tiene por objeto establecer los procedimientos de exhibición del precio de venta y del precio de unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, así como aquellos relativos a las ofertas y promociones al consumidor.

Art. 2° – Están obligados a dar cumplimiento con la presente ley las organizaciones comerciales establecidas en el artículo 1° de la ley 18.425 así como también todas las personas físicas o jurídicas comprendidas en el artículo 2° de la ley 24.240, ubicadas en el ámbito de la República Argentina e independientemente de las formas o variantes que pudieran adquirir dichos establecimientos, con los alcances y limitaciones que por rubro se establezcan.



[Handwritten signature]

Quedan exceptuados del régimen establecido en la presente ley los agentes económicos considerados micro, pequeñas o medianas empresas (mipymes), de conformidad con lo previsto en la ley 25.300.

Art. 3° – Resulta obligatorio exhibir carteles indicadores en el ingreso de los establecimientos, en los que constará la nómina de asociaciones de consumidores inscriptas en los registros correspondientes, con sus teléfonos y domicilios, los datos de contacto de la Dirección Nacional de Defensa al Consumidor de la Secretaría de Comercio de la Nación, o quien en el futuro la reemplace, así como también identificar una persona encargada de recibir las denuncias, reclamos o sugerencias de los consumidores, atinentes a los productos comercializados y de la atención al cliente.

Asimismo resulta obligatoria la existencia de un libro de quejas, agradecimientos, sugerencias y reclamos que estará a disposición de los consumidores.

CAPÍTULO II

Precios

Art. 4° – Los precios deberán exhibirse de manera clara, visible y legible sobre cada artículo, producto o grupo de una misma mercadería que se encuentre expuesto a la vista del público. El precio exhibido deberá corresponderse con el importe total que deba abonar el consumidor final. Cuando por la naturaleza o ubicación de los productos esto no fuera posible, deberán utilizarse listas de precios. Asimismo será obligatorio contar con terminales de autoconsulta electrónica de precios para las organizaciones comerciales establecidas en el artículo 1° de la ley 18.425 y siempre que no



Ly
h

H. Cámara de Diputados de la Nación

8383-D-14

OD 1624

3/.

sean los agentes económicos considerados micro, pequeñas o medianas empresas (mipymes), de conformidad con lo previsto en la ley 25.300.

Art. 5° – Los productos ofrecidos al público deben tener la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida.

Art. 6° – En los rótulos de los productos de venta al peso envasados se debe indicar, además del precio de la fracción ofrecida, su cantidad neta, marca y el precio por unidad de medida correspondiente.

Art. 7° – Las carnicerías, pescaderías, pollerías, verdulerías, fruterías, panaderías, fiambrerías y los sectores de elaboración de comidas que funcionan en los establecimientos comerciales sujetos a la presente ley deberán exhibir mediante carteleras, de forma destacada y legible, los precios por unidad de venta y por kilogramo, de los cortes y tipos de carne y pollo, especies de pescado y mariscos, verduras y frutas, variedades de panes y productos de confiterías, variedades de comidas preparadas y productos de fiambrerías.

Para los productos de confiterías y panaderías, los precios se exhibirán además por docena, cuando por los usos y costumbres resulte habitual dicha modalidad.

Art. 8° – Se prohíbe a los sujetos obligados en la presente ley a realizar toda conducta tendiente a obstruir y/o menoscabar la libertad de los consumidores a registrar, por cualquier medio, los precios exhibidos en sus establecimientos y de realizar comparaciones de los mismos.



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Art. 9° – Los sujetos alcanzados por el artículo 2° deberán mantener permanentemente actualizada, en todos los medios publicitarios que utilicen, la información relativa a los precios a fin de que aquellos coincidan con los exhibidos en las góndolas.

Asimismo, deberán publicar en su página web el listado de precios actualizado de todas las ofertas y/o promociones de productos puestos a la venta con indicación de la boca de expendio.

CAPÍTULO III

Ofertas y/o promociones

Art. 10. – El anuncio de las actividades de promoción o de oferta de ventas deberá especificar la vigencia y las reglas aplicables a las mismas de manera clara, visible y legible.

Art. 11. – Todos los anuncios de las actividades de promoción o de oferta de ventas se harán en idioma nacional.

Art. 12. – Toda vez que la oferta y/o promoción implique una rebaja de precios deberá figurar de manera clara, visible y legible en cada producto el precio anterior de dicho producto junto con el precio rebajado.

Queda prohibida la oferta y/o promoción de un producto que por primera vez sale a la venta.

Art. 13. – Se considera precio anterior al menor que hubiese sido aplicado a un producto idéntico durante un período continuado de veintiocho (28) días precedentes.



[Handwritten signature]

H. Cámara de Diputados de la Nación

8383-D-14

OD 1624

5/.

Art. 14. – Cuando un producto se oferte en forma simultánea en distintas actividades de promoción de ventas, deberá exhibirse la oferta y/o la promoción de manera que no pueda inducir a error al consumidor al momento de elegir el producto. Los productos deberán estar debidamente señalizados y ubicados a fin de que el consumidor pueda distinguir claramente entre los que son objeto de una u otra oferta y los ofrecidos a precio habitual,

Art. 15. – Se prohíbe anunciar al público actividades de oferta y/o promoción que correspondan a productos que no posean existencia real a disposición del adquirente.

Art. 16. – Se debe anunciar el *stock* existente de los productos ofertados en cada local de venta y su fecha de ingreso.

Art. 17. – Los productos objeto de rebajas, es decir, aquellos a los que se aplique un descuento sobre el precio inicial en un contexto o período determinado, deben haber estado en la oferta habitual de ventas del comercio durante un plazo no inferior a veintiocho (28) días corridos precedentes.

Queda prohibido aplicar rebajas a productos deteriorados y/o dañados.

Art. 18. – Cuando se vendan saldos de productos cuyo valor de mercado esté disminuido por estar deteriorados y/o dañados, o por su obsolescencia, dicha condición del producto deberá constar de manera clara y ostensible, a la vez que se indicará la falla y/o el deterioro de manera visible, a fin de que el consumidor cuente con la información detallada y completa del producto que adquiere.



y
L
7
h

H. Cámara de Diputados de la Nación

8383-D-14

OD 1624

6/.

Cuando se vendan productos por debajo del precio habitual por liquidación de stock o vencimiento inminente, se pondrá un cartel que indique dicha circunstancia, aunque no se trate de una oferta especial.

Art. 19. – Se prohíbe la venta de todo producto deteriorado y/o dañado cuando dichas condiciones constituyan un riesgo a la salud o engaño al consumidor.

Art. 20. – En todos los casos en que se establezcan ofertas y/o promociones sobre determinados productos, será obligación del establecimiento comercial, exhibir de forma clara y precisa, el precio final del producto rebajado y el precio por la unidad de medida rebajado, en virtud del descuento efectuado. Asimismo se exhibirá el precio por producto y unidad de medida habitual, conforme lo establecido en el artículo 5°.

Las ofertas especiales pueden consistir en:

- a) Un porcentaje de descuento sobre el precio de venta de cada unidad, o sobre la segunda unidad;
- b) La entrega de una unidad gratis por dos, tres o más productos;
- c) Cualquier otra oferta especial que establezca el vendedor.

Art. 21. – Los cupones de descuento contendrán la siguiente información:

- a) El período de vigencia y las condiciones de validez;
- b) Los productos incluidos y/o excluidos, los que se detallarán con claridad a fin de evitar confusión al consumidor;
- c) La identificación de las bocas de expendio participantes.



h
7
h

H. Cámara de Diputados de la Nación

8383-D-14

OD 1624

7/.

Cuando el cupón de descuento se utilice para compras efectuadas a través de Internet, se considera que es válido si se encuentra vigente al momento de efectuarse el pedido, aunque la fecha de entrega del producto y/o del pago sea posterior.

Art. 22. – Queda prohibida la oferta de productos o servicios al consumidor a un precio menor a su valor habitual, bajo la condición de que éste consiga adhesión de otras personas.

Art. 23. – La venta de liquidación es de carácter excepcional y tiene que tener su causa en una decisión judicial o administrativa, por cese total o parcial de la actividad del comerciante, cambio de rubro del comercio, cambio de local o por fuerza mayor. La venta en liquidación debe cesar cuando ya no exista la causa que la motivó. La duración máxima de la venta en liquidación será de un año y se deberá informar de manera clara y visible la causa de la misma y su duración.

Art. 24. – Se podrá ofrecer conjuntamente y como unidad de compra a dos o más unidades de productos siempre y cuando:

- a) Se indique el precio total y el precio de la unidad de producto;
- b) Se ofrezca la posibilidad de comprar los productos por separado y a su precio habitual.

Art. 25. – Para que sea válida la oferta y/o promoción hecha al público por un comerciante que ha invocado su condición de mayorista o de fabricante se debe cumplir los siguientes requisitos:

- a) Si el comerciante ha invocado su condición de mayorista debe realizar fundamentalmente operaciones a comercios minoristas;



Handwritten signature or initials, possibly "L. J.", with a small "x" mark above the first letter.

H. Cámara de Diputados de la Nación

8383-D-14

OD 1624

8/.

- b) Si el comerciante ha invocado su condición de fabricante debe fabricar la totalidad de los productos que puso a la venta;
- c) En ambos casos se debe ofertar al público en general los mismos precios que aplica a otros comerciantes.

Capítulo IV

Autoridad de aplicación, procedimiento y sanciones

Art. 26. – La Secretaría de Comercio dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación será la autoridad nacional de aplicación de esta ley.

Art. 27. – Se aplican a la presente ley los capítulos V y VI de la ley 22.802 y sus modificatorias, y las que en el futuro la reemplacen.

Capítulo V

Disposiciones finales

Art. 28. – Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, en particular las leyes 24.240, de defensa del consumidor, 25.156, de defensa de la competencia, 22.802, de lealtad comercial y/o las que en el futuro las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor.

Art. 29. – Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

Dios guarde al señor Presidente.



[Handwritten signature]