

SESIONES ORDINARIAS

2019

ORDEN DEL DÍA N° 1085

Impreso el día 23 de mayo de 2019

Término del artículo 113: 3 de junio de 2019

COMISIONES DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, DE COMERCIO Y DE LEGISLACIÓN GENERAL

SUMARIO: **Programa** Nacional de Competencia Minorista –Ley de Góndolas–.

1. **Carrió, López, Terada, Lehmann, Campagnoli y Flores (H.)**. (1.494-D.-2019.)
2. **Passo, De Mendiguren, Selva y Snopek**. (1.807-D.-2019.)
3. **Ramón**. (1.901-D.-2019.)
4. **Cabandié, Russo, Castagneto y Mendoza (M. S.)**. (1.907-D.-2019.)
5. **De Ponti, Ferreyra, Horne y Grosso**. (2.219-D.-2019.)

I. **Dictamen de mayoría.**

II. **Dictamen de minoría.**

I

Dictamen de mayoría

Honorable Cámara:

Las comisiones de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia; de Comercio y de Legislación General han considerado los proyectos de ley de la señora diputada Carrió y otros señores diputados, de la señora diputada Passo y otros señores diputados, del señor diputado Ramón, del señor diputado Cabandié y otros señores diputados y de la señora diputada De Ponti y otros señores diputados, y teniendo a la vista los proyectos de ley de la señora diputada Nazario y del señor diputado Olmedo, sobre cadena de valor alimenticia, programa de medidas para el fomento de la competencia, fomento de pymes y exhibición en góndolas; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante, aconsejan la sanción del siguiente

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados, ...

PROGRAMA NACIONAL DE COMPETENCIA MINORISTA - LEY DE GÓNDOLAS

Artículo 1° – *Objetivos*. La presente ley tiene por objetivos:

- a) Contribuir a que el precio de los productos alimenticios, bebidas, de higiene y limpieza del hogar sea transparente y competitivo, en beneficio de los consumidores;
- b) Mantener la armonía y el equilibrio entre los operadores económicos alcanzados por la ley, con la finalidad de evitar que realicen prácticas comerciales que perjudiquen o impliquen un riesgo para la competencia u ocasionen distorsiones en el mercado;
- c) Ampliar la oferta de productos artesanales y/o regionales nacionales producidos por las micro/pequeñas y medianas empresas (mipymes) y proteger su actuación;
- d) Fomentar, a través de un régimen especial, la oferta de productos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y de la economía popular, definido por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, y los productos generados a partir de cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321.

Art. 2° – *Autoridad de aplicación*. El Poder Ejecutivo nacional designará la autoridad de aplicación de la presente ley.

Art. 3° – *Sujetos alcanzados*. Están obligados a dar cumplimiento a la presente ley los establecimientos definidos por el artículo 1° de la ley 18.425.

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 el artículo 2° de la ley 24.467.

Art. 4° – *Productos alcanzados*. Esta ley será aplicable exclusivamente respecto de la comercialización de alimentos, bebidas, productos de higiene personal y artículos de limpieza del hogar. La autoridad de aplicación deberá, en el lapso de 30 (treinta) días de promulgada la presente ley, confeccionar un listado de las distintas categorías de productos alcanzados que

comercializan los sujetos indicados en el artículo 3°, y arbitrará los medios para su publicidad a la población en general. El listado deberá contener como mínimo la totalidad de productos de alimentos, bebidas, higiene y limpieza del hogar.

Art. 5° – *Definiciones.* A los fines de esta ley se entiende por góndola todo espacio físico, mueble, estantería, en los que se ofrecen productos de similares características, incluidas las puntas de góndola. No se incluyen los congeladores exclusivos y los exhibidores contiguos a la línea de caja. Asimismo, se hacen extensivas las disposiciones referidas a góndolas a las locaciones virtuales que posean los sujetos obligados por la presente ley de forma directa o indirecta, como por ejemplo su página web, aplicación móvil, tiendas de comercio electrónico o similares.

Art. 6° – *Estímulo a la competencia.* A los fines de estimular la competencia de productos, los sujetos indicados en el artículo 3° estarán obligados a que para cada categoría de productos se cumpla con las disposiciones siguientes:

- a) Queda prohibido generar una exclusión anti-competitiva de proveedores por el alquiler de espacios en góndolas o locaciones virtuales, o espacios preferenciales en góndolas o locaciones virtuales;
- b) En especial será considerado una exclusión anticompetitiva el pago de cánones y/o comisiones impuestas por los sujetos definidos en el artículo 2° de la presente, que por sus características o magnitud obliguen al proveedor a optar por un solo canal de distribución.

Art. 7° – *Reglas de exhibición de productos en góndolas, otros lugares de exhibición física y locaciones virtuales.* Las góndolas ubicadas dentro de los establecimientos a cargo de los sujetos definidos en el artículo 3° de la presente y las locaciones virtuales del mismo deberán cumplir las siguientes reglas de exhibición de productos:

- a) En góndolas y locaciones virtuales la exhibición de productos de un proveedor o grupo empresario no podrá superar el 30 % (treinta por ciento) del espacio disponible que comparte con productos de similares características. La participación deberá involucrar a no menos de cinco proveedores o grupos empresarios;
- b) En góndolas y locaciones virtuales deberá garantizarse un 25 % (veinticinco por ciento) del espacio disponible para productos de similares características y diferente marca, para la exhibición de productos producidos por micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el Registro de Mipymes y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321; y un 5 % (cinco por ciento) adicional para pro-

ductos originados por la agricultura familiar, campesina o indígena definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y los sectores de la economía popular, definida por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017;

- c) En góndolas los productos de menor precio conforme la unidad de medida deberán encontrarse a una altura equidistante entre el primero y último estante. En locaciones virtuales, deberá garantizarse que los productos de menor precio conforme la unidad de medida se publiquen en la primera visualización de productos de la categoría en cuestión;
- d) En las islas de exhibición y exhibidores contiguos a las cajas se deberán presentar en un 50 % (cincuenta por ciento) del espacio productos elaborados por micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el Registro de Mipymes y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, o los que en el futuro los reemplacen;
- e) En góndolas y locaciones virtuales la exhibición de productos importados no podrá superar el porcentaje que determine la autoridad de aplicación del espacio disponible para cada categoría de productos, en función de la capacidad de la industria nacional de satisfacer la demanda de productos, buscando fomentar el crecimiento de la misma.

A los fines de lo dispuesto en los incisos anteriores, los productos de marcas licenciadas por los mismos grupos comerciales o de empresas vinculadas o controladas por estos serán considerados de una única marca.

Art. 8° – *Límites a los abusos de posición dominante.* A los fines de reducir los costos para los proveedores de los sujetos indicados en el artículo 3°, se deberán cumplir con las siguientes condiciones en la relación entre los proveedores y los establecimientos de ventas:

- a) El plazo máximo de pagos a micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el Registro de Mipymes y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen, no podrá superar los 60 (sesenta) días corridos. La autoridad de aplicación podrá reducir este tope en función del tamaño o facturación de los proveedores. Asimismo, los proveedores podrán aplicar los intereses que determine la autoridad de aplicación en caso de pagos realizados fuera de término, siempre y cuando no existan razones legales y fundamentadas para el incumplimiento;
- b) Los sujetos indicados en el artículo 3° no podrán exigirles a los proveedores aportes o adelantos financieros por ningún motivo, ni podrán aplicar a los proveedores retenciones económicas o débitos unilaterales; estos últimos solo podrán

aplicarse por mutuo acuerdo y cuando las condiciones para realizarlos estén expresamente contempladas en el contrato que los vincula;

- c) En la negociación contractual entre los sujetos indicados en el artículo 3° y el proveedor de uno o varios productos determinados no podrá oponerse como condición la entrega de mercadería gratuita o por debajo del costo de provisión, ni ninguna otra práctica contraria a la competencia;
- d) En la negociación de precios entre los sujetos indicados en el artículo 3° y el proveedor de uno o varios productos determinados no podrán interponerse las condiciones o variaciones de los precios de terceros proveedores;
- e) Está prohibido exigir a los proveedores los costos de distribución inversa o de reposición de los productos;
- f) Todos los costos por ventas promocionales de productos, o por la generación de residuos o mermas, deberán ser establecidos contractualmente y mediante criterios equitativos y objetivos;
- g) Las obligaciones contractuales o sus modificaciones que se celebren entre los sujetos alcanzados por la presente ley y sus proveedores, deberán formalizarse por escrito.

Art. 9° – *Promoción de productos regionales*. Establécese para las compras y contrataciones entre los sujetos definidos en el artículo 3° de la presente ley y los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, que:

- a) No podrán acordarse plazos de pago superiores a los 30 (treinta) días corridos;
- b) Deberán establecerse esquemas flexibles y acordes al sector, para la entrega de productos;
- c) Deberán establecerse facilidades en los requisitos para la contratación, distribución y comercialización.

Art. 10. – *Compre regional*. Los productos nacionales producidos por micro y pequeñas empresas, los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, que sean ofrecidos en virtud de la presente ley, deben estar destacados en las góndolas y locaciones virtuales con un isologotipo que diseñe la autoridad de aplicación que exprese la leyenda “Compre regional. La diferencia entre un producto importado y uno nacional es un puesto de trabajo” e indique el número de la presente ley.

Art. 11. – *Código de Buenas Prácticas*. Créase el Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución Mayorista y Minorista, que será de aplicación obligatoria para los sujetos definidos en el artículo 3°, y que tengan una facturación bruta anual superior a los 300.000.000 (trescientos millones) de unidades móviles de la ley 27.442, de defensa de la competencia, considerando la facturación de todo el grupo económico.

El resto de las empresas podrán aplicar el Código de Buenas Prácticas Comerciales adhiriendo voluntariamente al mismo mediante el procedimiento que la autoridad de aplicación establezca a tales efectos.

El código será confeccionado por la autoridad de aplicación, a partir de los lineamientos establecidos en la presente ley, y con la participación de los organismos nacionales, provinciales y municipales de defensa del consumidor según corresponda.

Art. 12. – *Práctica comercial*. El Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución deberá incluir las prácticas consideradas abusivas conforme la presente ley y las que surjan de la normativa comercial vigente de lealtad comercial, defensa de la competencia, y defensa de los consumidores. Asimismo, se incluirá:

- a) La obligación de designar un responsable corporativo de cumplimiento del código, y la notificación del nombramiento a los proveedores y a la autoridad de aplicación;
- b) Disponer en los contratos de un procedimiento alternativo de resolución de conflictos, que podrá ser la mediación privada y/o el arbitraje;
- c) La remisión periódica a la autoridad de aplicación de la información requerida sobre el cumplimiento del código y la información requerida al Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia creado por la presente ley, en calidad de declaración jurada.

Los contratos escritos celebrados entre las empresas alcanzadas y sus proveedores, deberán incorporar la copia del Código de Buenas Prácticas Comerciales.

Art. 13. – *Sanciones por retaliaciones*. En caso de sufrir retaliaciones como derivación de la aplicación de la presente ley, los proveedores podrán denunciar a los sujetos indicados en el artículo 3° ante la autoridad de aplicación de la ley 27.442 y concordantes.

Art. 14. – *Incumplimiento transitorio por falta de competencia*. En los casos en que para una determinada categoría de productos sea transitoriamente imposible cumplir los límites mínimos establecidos en la presente ley, los sujetos indicados en el artículo 3° deberán informar a la autoridad de aplicación las razones fundadas para dicho incumplimiento y el plazo esperado para ajustarse a la presente, que no podrá superar los 30 (treinta) días hábiles, ni será prorrogable.

Art. 15. – *Orden público*. Las disposiciones de esta ley son de orden público. Solo podrá eximirse el cumplimiento de los topes establecidos en la presente en aquellos casos donde la autoridad de aplicación com-

pruebe la imposibilidad fáctica de ofertar los productos que esta ley busca fomentar.

Antes de determinar como desierta la oferta de productos en determinados segmentos, deberán publicarse, en el portal de compras públicas de la República Argentina por 60 (sesenta) días, productos, precios, demanda anualizada asegurada y requisitos de abastecimiento a fin de garantizar la búsqueda de nuevos proveedores. La ausencia de proveedores permitirá el incumplimiento parcial de la presente ley hasta tanto no se presente un nuevo proveedor a satisfacer la demanda de las cadenas de comercialización.

Art. 16. – *Integración.* Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo y de la competencia, en particular las leyes 24.240, de defensa del consumidor, 27.442, de defensa de la competencia, 22.802, de lealtad comercial, y/o las que las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable a los sectores más débiles que participan en la cadena de producción, comercialización y consumo de los productos incluidos en el sistema.

Art. 17. – *Plazo.* Los establecimientos contemplados en el artículo 3° tendrán un plazo de 120 (ciento veinte) días corridos a partir de la promulgación de la presente ley para hacer las modificaciones que sean necesarias e implementar las disposiciones de esta ley.

Art. 18. – *Sanciones.* En caso de incumplimiento a las disposiciones de la presente ley, la autoridad de aplicación aplicará las normas referidas a procedimiento y sanciones establecidas en la ley 27.442, promoviendo la participación de las organizaciones de defensa del consumidor de todo el país. Si el incumplimiento afectara a los consumidores, también podrán iniciarse las denuncias ante las autoridades de aplicación de la ley 24.240 nacionales, provinciales o municipales.

El incumplimiento de la presente ley será pasible de multas de 500 (quinientos) a 3.000.000 (tres millones) de unidades móviles de la ley 27.442, sin perjuicio de las demás sanciones que pudieren corresponder conforme el procedimiento de la ley 27.442 o 24.240.

Los fondos recaudados en virtud de la aplicación de multas pecuniarias por incumplimientos de la presente ley serán asignados por la autoridad de aplicación conforme la siguiente distribución:

- a) 70 % (setenta por ciento) para el fomento publicitario del compra alimentos nacionales bajo esta ley. A su vez, de dicho monto, el 50 % (cincuenta por ciento) del presupuesto será aplicado en medios de comunicación masivos y el 50 % (cincuenta por ciento) en medios de comunicación pymes y cooperativos;
- b) 25 % (veinticinco por ciento) del total de las multas aplicado para un fondo de desarrollo de los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo

5° de la ley 27.118, de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, cooperativas, y asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, vía créditos a tasa variable según la inflación del IPC INDEC más costos administrativos del Banco Nación;

- c) 5 % (cinco por ciento) para el funcionamiento del Observatorio de la Cadena de Valor.

Art. 19. – *Delegación.* Las asociaciones, cámaras empresariales, cooperativas de la economía popular que nucleen a los sujetos que participan en la producción y comercialización de los productos comprendidos en la presente ley, así como las asociaciones de consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores podrán fiscalizar el cumplimiento de la presente en carácter de colaborador ad honorem del órgano de control, previo convenio institucional de las partes que delegue la actuación como policía administrativa, y prevea el registro y capacitación de las personas habilitadas para tal fin.

El acta de inspección labrada por los miembros de los sujetos enumerados en este artículo, autorizados por la autoridad de aplicación y con las formalidades correspondientes, hará plena fe en tanto no resulte enervada por otros elementos de juicio.

Art. 20. – *Observatorio.* Créase en el ámbito de la autoridad de aplicación de la presente ley el Observatorio de la Cadena de Valor, que requerirá y recopilará información relevante de las diferentes instancias de los procesos de producción de los productos alcanzados por la presente ley en el ámbito de la República Argentina.

El observatorio tendrá por función el seguimiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena de valor de los productos alcanzados por la presente ley, así como también el asesoramiento de los órganos de la administración pública involucrados.

Art. 21. – *Registro.* El registro creado por el artículo 6° de la ley 27.345 deberá contemplar las particularidades que se necesiten para el cumplimiento de la presente ley.

Art. 22. – *Difusión.* La autoridad de aplicación deberá difundir en medios nacionales y locales, en la vía pública y en la web, los objetivos y contenidos de la presente ley. Asimismo, deberá habilitar una línea telefónica gratuita para recepción de denuncias de falta de competencia para consumidores y asociaciones de consumidores.

Art. 23. – Comuníquese al Poder Ejecutivo.
Sala de las comisiones, 21 de mayo de 2019.

Marcela F. Passo. – Pedro R. Miranda. –
Adrián E. Grana. – Juan Cabandié.*

* Integra dos (2) comisiones.

– Sergio N. Leavy. – José L. Ramón.
 – Guillermo R. Carmona. – Carlos D.
 Castagneto.* – Marcos Cleri. – Claudio M.
 Doñate. – Araceli Ferreyra. – Alejandro
 Grandinetti. – Bernardo J. Herrera. – Inés
 B. Lotto.* – Mayra S. Mendoza. – Analía
 Rach Quiroga. – Jorge A. Romero. –
 Laura Russo. – Daniel Scioli. – Fernanda
 Vallejos. – Luana Volnovich.

En disidencia parcial:

Graciela Camaño. – Carla B. Pitiot. – José I.
 de Mendiguren.

INFORME

Honorable Cámara:

Las comisiones de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia, de Comercio y de Legislación General, al considerar los proyectos de ley de la señora diputada Carrió y otros señores diputados, de la señora diputada Passo y otros señores diputados, el del señor diputado Ramón quien ha resuelto hacer suyo el proyecto de ley 22-P.-2019 de Fera y otros, y el del señor diputado Cabandié y otros señores diputados y el de la señora diputada De Ponti y otros señores diputados, y teniendo a la vista los proyectos de ley de la señora diputada Nazario y del señor diputado Olmedo, sobre cadena de valor alimenticia, programa de medidas para el fomento de la competencia, fomento de pymes y exhibición en góndolas; luego de su análisis, han decidido despacharlo favorablemente con modificaciones.

Marcela F. Passo.

II

Dictamen de minoría

Honorable Cámara:

Las comisiones de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia, de Comercio y de Legislación General, han considerado los proyectos de ley de la señora diputada Carrió y otros señores diputados, de la señora diputada Passo y otros señores diputados, el del señor diputado Ramón, el del señor diputado Cabandié y otros señores diputados y el de la señora diputada De Ponti y otros señores diputados, y teniendo a la vista los proyectos de ley de la señora diputada Nazario y del señor diputado Olmedo, sobre cadena de valor alimenticia, programa de medidas para el fomento de la competencia, fomento de pymes y exhibición en góndolas; y, por las razones expuestas en el informe que se acompaña y las que dará el miembro informante, aconsejan la sanción del siguiente

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados,...

LEY DE FOMENTO DE LA COMPETENCIA EN EL COMERCIO MINORISTA Y MAYORISTA

TÍTULO I

Aplicación de la ley

Artículo 1° – *Objeto*. Las disposiciones de esta ley son de orden público y su objeto es establecer medidas de mejora del funcionamiento de la relación del comercio minorista y mayorista con sus proveedores de productos alimenticios y de higiene personal, bebidas y artículos de limpieza del hogar, de modo tal de contribuir a que el precio de dichos productos sea transparente y competitivo, manteniendo la armonía y el equilibrio entre los operadores económicos alcanzados por la ley para evitar las prácticas comerciales que perjudiquen o impliquen una restricción para la competencia u ocasionen distorsiones en el mercado.

Asimismo, la modernización de las relaciones comerciales en la cadena de valor alimenticia con el objetivo de ampliar la oferta de productos de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), cooperativas, mutuales y productores artesanales y regionales, protegiendo y fomentando su participación en dicho proceso en condiciones de equilibrio.

Las disposiciones de la presente ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones en la cadena de valor alimenticia y las relaciones entre las cadenas del comercio mayorista o minorista y sus proveedores, en particular la Ley de Defensa de la Competencia y de Lealtad Comercial.

Art. 2° – *Principios rectores*. Las relaciones comerciales sujetas a esta ley se regirán por principios de equilibrio y justa reciprocidad entre las partes, libertad de pactos, buena fe, equitativa distribución de riesgos y responsabilidades, cooperación, transparencia y respeto a la libre competencia en el mercado.

Art. 3° – *Autoridad de aplicación*. El Poder Ejecutivo nacional designará la autoridad de aplicación de la presente ley, la cual podrá celebrar convenios con autoridades provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para la ejecución de las políticas públicas del Plan Nacional de Fortalecimiento de la cadena de valor alimenticia conforme el título VI de la presente ley.

Art. 4° – *Definiciones*. A los efectos de la presente ley, se entenderá por:

- Cadena de valor alimenticia: es el conjunto de actividades que llevan a cabo los distintos operadores que intervienen en la producción, transformación y distribución de productos alimenticios, excluyendo las relaciones de consumo;
- Producto alimenticio: cualquier sustancia o producto destinado a ser ingerido o bebido por los seres humanos y que se rija por lo establecido en el Código Alimentario Argentino

* Integra dos (2) comisiones.

o similares extranjeros que estén habilitados para su comercialización en el ámbito de la República Argentina;

- c) Operadores de la Cadena de Valor Alimentario (u Operadores): empresas que integran la cadena de valor dedicadas a ser proveedoras, productoras, distribuidoras, explotadoras de establecimientos del comercio mayorista o minorista y aquellas que realizan la transformación de los productos y los proveedores de las cadenas del comercio mayorista o minorista. Se excluyen los consumidores finales;
- d) Establecimientos del comercio minorista o mayorista: Aquellos establecimientos de las características establecidas por los incisos a), b), c), f) y g) del artículo 1° del decreto ley 18.425/69, y que cuenten con la correspondiente habilitación provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o local conforme corresponda.
- e) Cadena del comercio mayorista o minorista (o cadena): Aquellos operadores que exploten una pluralidad de establecimientos del comercio minorista o mayorista, bajo una misma denominación social o perteneciendo a un mismo grupo económico, independientemente de si son explotados por sí mismo u otorgados en concesión o franquicia;
- f) Proveedores: Empresas que suministran a las cadenas del comercio mayorista o minorista, productos alimenticios, de higiene personal y artículos de limpieza del hogar para su comercialización;
- g) Góndola: Todo espacio físico, mueble o estantería del establecimiento del comercio minorista o mayorista en que se exhiben para su venta productos que poseen similares características y comparten determinadas condiciones para su conservación. No serán considerados como góndolas los exhibidores contiguos a las cajas, las puntas o cabeceras de góndola, los congeladores exclusivos, las islas de exhibición y las islas de venta personalizada.

Asimismo, se harán extensivas las disposiciones referidas a góndolas, en cuanto resulten aplicables, a los canales virtuales de las cadenas del comercio mayorista o minorista.

Art. 5° – *Ámbito de aplicación.* Lo establecido por la presente ley, aplicará exclusivamente a las relaciones comerciales entre las cadenas del comercio mayorista o minorista alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas del Comercio Minorista y Mayorista, con sus proveedores de alimentos, productos alimenticios, bebidas, productos de higiene personal y productos de limpieza del hogar.

Desde el momento de su adhesión voluntaria o desde el plazo establecido en el código para las cadenas obligadas,

los operadores alcanzados deberán ajustar sus relaciones comerciales a los principios y reglas establecidos.

Art. 6° – *Cadenas del comercio mayorista o minorista alcanzadas.* El Código de Buenas Prácticas del Comercio Mayorista y Minorista será de aplicación obligatoria para las cadenas que tengan una facturación bruta anual superior a los doscientos millones (200.000.000) de unidades móviles de la ley 27.442, de defensa de la competencia, considerando la facturación de todo el grupo económico o las empresas integradas conforme las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se produzcan. Quedan excluidas las empresas que cuenten con el certificado mipyme.

El resto de las cadenas podrán aplicar el Código de Buenas Prácticas Comerciales adhiriendo voluntariamente al mismo mediante el procedimiento que la autoridad de aplicación establezca a tales efectos.

Al momento de la reglamentación de la presente ley, la autoridad de aplicación establecerá en un anexo las cadenas alcanzadas en forma obligatoria identificándolas de manera inequívoca, tanto las identificadas de oficio como las que a pedido de parte sean identificadas o hayan voluntariamente adherido.

La actualización del listado de cadenas alcanzadas en forma obligatoria se realizará de forma periódica, conforme el dinamismo del mercado. Las cadenas obligadas solamente podrán desadherir al código demostrando que no se encuentran alcanzadas por el umbral.

Art. 7° – *Situación de desequilibrio.* A los efectos de la presente ley, se entiende que un operador se encuentra en situación de desequilibrio en el marco de las relaciones comerciales con las cadenas del comercio minorista o mayorista cuando el operador manifieste y acredite a la contraparte una facturación asimilable a una mipyme conforme las leyes 24.467 y 25.300, y sus respectivas reglamentaciones. La acreditación se implementa sin perjuicio de lo establecido por el artículo 20 de la presente ley.

Lo establecido precedentemente aplica indistintamente cuando el operador está constituido bajo la forma de una mipyme debidamente inscripta o no, o cuando se encuentre constituido como una cooperativa, asociación mutual, o un productor agrario, ganadero, pesquero o forestal, o una agrupación de los mismos ya sea organizados conforme la ley 27.118 o cualquier otra formación de la economía popular.

La presente definición será aplicable a las relaciones comerciales frente a otros operadores de la cadena de valor alimenticia conforme el artículo 26.

TÍTULO II

Del comercio mayorista y minorista

CAPÍTULO I

Contenido del Código de Buenas Prácticas del Comercio Mayorista y Minorista

Art. 8° – *Creación.* Créase el Código de Buenas Prácticas del Comercio Mayorista y Minorista que será confeccionado por la autoridad de aplicación, la cual

podrá requerir dictamen previo de la autoridad nacional de la competencia, creada por la ley 27.442.

El contenido del código se corresponderá a los lineamientos establecidos por la presente ley y las prácticas que la autoridad de aplicación considere convenientes emanadas de las leyes de defensa de la competencia, de los consumidores y de lealtad comercial.

Art. 9° – *Costos de acceso como proveedor*. El Código de Buenas Prácticas establecerá los mecanismos de atribución equilibrados de costos asociados al acceso a la condición de proveedor de las cadenas alcanzadas por el código, con el objetivo de evitar que los mismos se constituyan en una irrazonable limitación de la concurrencia, incluyendo los costos por distribución, reposición y acopio de bienes ya entregados.

Art. 10. – *Costos por mermas y generación de residuos*. El Código de Buenas Prácticas establecerá los mecanismos para la asignación equilibrada de responsabilidad por las mermas y generación de residuos acorde a condiciones objetivas, previendo cláusulas de notificación de la merma con plazos razonables previos a su cobro.

Art. 11. – *Ventas promocionales*. El Código de Buenas Prácticas establecerá que la solicitud previa para la realización de ventas promocionales de los bienes del proveedor, deberá ser efectuada por escrito y en plazos razonables.

La cadena no podrá requerir los costos de las ventas promocionales que hayan sido producto de una estrategia de marketing propia, o aquellas que sean producto de un error en la previsión de mercado.

Art. 12. – *Certeza en el pago*. Las cadenas que estén alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas están obligadas a aceptar que sus pagos a proveedores se realicen mediante los instrumentos financieros contemplados por la ley 27.440, cuando sus proveedores estén en situación de desequilibrio y estos así lo requieran.

Será considerada abusiva la práctica de prolongar el plazo de pago en modo irrazonable o que afecte la estabilidad y previsibilidad económica de sus proveedores.

Art. 13. – *Diferimiento en el pago*. Respecto de los productos altamente perecederos entendidos estos por flores, frutas, verduras, carnes crudas y lácteos, las cadenas alcanzadas por el código no podrán aplicar diferimiento en el pago en más de cuarenta (40) días corridos desde su entrega.

Cuando el proveedor tenga una facturación asimilable a una micro o pequeña empresa, el diferimiento en el pago no podrá ser mayor a los sesenta (60) días corridos desde su entrega.

CAPÍTULO II

De las góndolas

Art. 14. – *Límites a la exhibición en góndolas*. Las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas deben garantizar una participación en góndolas

equitativa para los oferentes garantizándose la mayor concurrencia de marcas de diferentes proveedores, conforme las posibilidades económicas y las prácticas comerciales habituales.

Será considerado nulo y susceptible a las sanciones previstas en la presente ley, todo acuerdo cuyo efecto u objeto sea acaparar o establecer una participación mínima en las góndolas de los productos o de una participación máxima de la competencia.

Art. 15. – *Fomento de la competencia en la canasta básica alimentaria*. Conforme las posibilidades económicas, en las diferentes categorías de productos integrantes de la canasta básica alimentaria, las cadenas alcanzadas por el código deben asegurar la concurrencia de, al menos, 3 proveedores diferentes en la misma categoría de productos.

En los establecimientos del comercio minorista o mayorista con una superficie inferior a los mil metros cuadrados (1.000 m²) de exhibición de venta, deben asegurar la concurrencia de, al menos, 2 proveedores diferentes en la misma categoría de productos.

Respecto de lo establecido en el presente artículo, no estarán alcanzados los productos frescos de carnicería, panificados artesanales, alimentos cocinados, verduras, frutas y especias.

Al momento de la sanción del Código de Buenas Prácticas, la autoridad de aplicación podrá fijar una mayor pauta de concurrencia de proveedores en las categorías de los productos integrantes de la canasta básica alimentaria donde se detecte, con criterios objetivos, la necesidad de fomentar la competencia. Las pautas serán establecidas con dictamen previo de la autoridad nacional de la competencia de la ley 27.442, que analizará los criterios a efectos de garantizar la mayor pluralidad y concurrencia de proveedores en los productos.

Art. 16. – *Promoción de mipymes*. Las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas deben asegurar que, al menos, el veinticinco por ciento (25 %) de sus proveedores tengan una facturación asimilable a mipyme.

Lo establecido precedentemente aplica indistintamente cuando el operador está constituido bajo la forma de una mipyme debidamente inscrita o no, o cuando se encuentre constituido como una cooperativa, asociación mutual, o un productor agrario, ganadero, pesquero o forestal, o una agrupación de los mismos ya sea organizados conforme la ley 27.118 o cualquier otra formación de la economía popular.

Los productos de los proveedores promovidos conforme el presente artículo, incluirán en su cartel de exhibición de precio la consigna “Comprá MiPyME”, con las características que se establezcan conforme la reglamentación. La forma en que dichos productos sean exhibidos y distribuidos en las góndolas será acorde a lo establecido en el artículo 17 de la presente ley.

Asimismo, la autoridad de aplicación podrá promover modalidades de venta en los establecimientos del comercio minorista o mayorista de los productos frescos de panificados artesanales, alimentos cocinados, verduras, lácteos, frutas, especies u otros, bajo la modalidad de venta por peso a granel o sin envasado o con envasado del consumidor o puesto a disposición por el establecimiento.

Lo hará promoviendo la contratación directa con los operadores que tengan la condición de productor agrario, ganadero, pesquero o forestal o una agrupación de los mismos u organizados bajo las figuras contempladas en la ley 27.118, como también con cualquier otro proveedor organizado en mipyme, cooperativas, mutuales u otras organizaciones de la economía popular.

Art. 17. – *Orden en góndola.* La forma en que los productos sean exhibidos y distribuidos en góndolas de los establecimientos explotados por las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas no deben tener por objeto o efecto impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia dentro de cada categoría.

El orden de los productos debe ser realizado asegurando un ordenamiento vertical y continuo de los mismos, procurando la visibilidad y accesibilidad del consumidor respecto de la diversidad de productos.

Será considerado nulo y susceptible a las sanciones previstas en la presente ley, todo acuerdo tendiente a limitar la visibilidad, accesibilidad o permanencia de los productos de la competencia en góndolas.

CAPÍTULO III

Formalización y cláusulas abusivas

Art. 18. – *Forma y validez.* Las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas deben formalizar por escrito los acuerdos con sus proveedores, la falta de dicha formalidad será en perjuicio exclusivamente de la cadena al momento de probar su existencia.

El acuerdo escrito deberá contener todos sus elementos esenciales. Entre sus elementos deben incluirse con claridad las obligaciones de ambas partes, incluidos los plazos de entrega y pago, y el medio de pago.

Deben preverse los mecanismos y plazos de devolución de los pagos anteriores que hayan sido abonados, y las contraprestaciones por venta promocional u otros asimilables no hayan efectivamente ocurrido total o parcialmente. Del mismo modo, deben estar previstas las condiciones de emisión de notas de crédito y débito entre las partes como consecuencia de los servicios efectivamente prestados, siempre que los mismos hayan sido previstos en el acuerdo.

La documentación del acuerdo y sus derivados deberán ser conservados, en papel o en forma digital, por el plazo de resguardo de la documentación comercial respaldatoria conforme el artículo 328 del Código Civil y Comercial de la Nación.

Art. 19. – *Modificaciones.* Están prohibidas las modificaciones de las condiciones establecidas en el acuerdo salvo que se realicen por consentimiento mutuo de las partes. Los acuerdos deberán contener las correspondientes cláusulas en las que se prevea el procedimiento para su posible modificación. Toda modificación debe ser formalizada por escrito.

Son consideradas nulas las cláusulas que prevean la modificación unilateral de las obligaciones que afecten de manera retroactiva, incluyendo las cláusulas tendientes a reducir el pago del precio por productos ya entregados.

Toda cláusula que admita modificación de obligaciones futuras deberá incluir un plazo de aviso con antelación razonable a la contraparte. Cuando la modificación altera sustancialmente las condiciones pactadas, debe preverse la opción de la contraparte a resolver el contrato. De lo contrario será considerada una cláusula nula y susceptible a las sanciones previstas por la presente ley.

Art. 20. – *Información sensible y secreta.* Los acuerdos deberán establecer por escrito la información que las partes deban suministrarse para el efectivo cumplimiento de sus respectivas obligaciones.

Está prohibido pautar el suministro de información comercial sensible que sea impropia de la relación comercial o que suponga información referida a la relación del proveedor con otros operadores del mercado o información de la competencia. De lo contrario será considerada una cláusula nula y susceptible a las sanciones previstas por la presente ley.

Los operadores tienen deber de confidencialidad respecto de toda información sensible o secreta a la que pueda acceder en el marco de la relación comercial.

Art. 21. – *Integración.* Las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas deberán incorporar a la totalidad de los acuerdos celebrados con sus proveedores de alimentos, productos alimenticios, bebidas, productos de higiene personal, y productos de limpieza del hogar, las cláusulas establecidas en el Código de Buenas Prácticas no pudiendo adicionar cláusulas o realizar requerimientos que sean contrarios o desnaturalicen lo estipulado por el código. De lo contrario será considerada una cláusula nula y susceptible a las sanciones previstas por la presente ley.

Art. 22. – *Obligaciones accesorias.* Las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas deben:

- a) Designar un responsable de cumplimiento del código, y la notificación del nombramiento a los proveedores y a la autoridad de aplicación;
- b) Disponer en los acuerdos de un procedimiento alternativo de resolución de conflictos que podrá ser la mediación privada y/o el arbitraje;
- c) La remisión periódica a la autoridad de aplicación de la información requerida sobre el cumplimiento del código, en calidad de declaración jurada.

CAPÍTULO IV

De la transparencia de precios

Art. 23. – *Unidad mínima comparativa.* Las cadenas deberán garantizar en el mismo medio de exhibición del precio, en todas las modalidades de venta, la siguiente información conforme la legislación vigente en materia de lealtad comercial:

- a) Denominación del producto;
- b) Origen del producto, que en el caso de ser de producción nacional conforme la normativa de lealtad comercial deberán decir “Producción argentina” o “Industria argentina”;
- c) Contenido neto;
- d) Un precio por unidad de medida homogénea para todos los productos de similares características.

La unidad de medida será la misma que la unidad del contenido neto del producto, ajustando el precio a un (1) kilogramo o un (1) litro, según corresponda. Con excepción de los casos autorizados a la venta por peso.

Art. 24. – *Programas gubernamentales.* Las cadenas deben asegurar que todos los programas gubernamentales, tanto nacionales como provinciales o locales, que tengan por finalidad brindar previsibilidad, estabilidad y transparencia en el proceso de formación de precios deberán estar señalizados con carteles indicadores que faciliten su identificación respetando las pautas de exhibición de precios y lo establecido en el artículo precedente.

TÍTULO III

Modernización de la cadena de valor alimenticia

Art. 25. – *Acuerdo alimenticio.* Son acuerdos alimenticios aquellos celebrados por operadores de la cadena de valor alimenticia en que una de las partes se obliga frente a la otra a la venta de alimentos o productos alimenticios e insumos para la producción o transformación de los mismos. A los mismos se le extiende lo establecido respecto de los artículos 19 y 20 de la presente ley.

Se exceptúan las relaciones de consumo y las relaciones contractuales alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas del Comercio Mayorista y Minorista.

Art. 26. – *Extensión sobre la cadena de valor.* Lo establecido en el artículo 18 le será aplicable a la totalidad de los acuerdos alimenticios que se realicen con operadores en situación de desequilibrio.

Art. 27. – *Acuerdos exceptuados.* Se exceptúa de la obligación prevista en el artículo precedente a los acuerdos alimentarios:

- a) Tendientes a las entregas de producto que se realicen a cooperativas agrarias y otras entidades asociativas, por parte de los asociados

de las mismas, siempre que, en virtud de sus estatutos, estén obligadas a su realización;

- b) Que concluyan en forma instantánea, esto es que el pago del precio se realice al contado contra la entrega de los productos y no existan cláusulas con obligaciones futuras para las partes;
- c) Que la operación implique una transacción comercial por un precio o valor inferior a las nueve mil (9.000) unidades móviles de la ley 27.442, de defensa de la competencia y que por la sumatoria de acuerdos sucesivos de similar objeto no alcance dicho precio o valor en los últimos doce (12) meses.

Art. 28. – *Gestión de la evaluación de calidad.* Los operadores de la cadena de valor alimenticia deben pautar de mutuo acuerdo las condiciones y metodología de evaluación de la calidad de las materias primas, cuando de la calidad dependa su precio.

Toda cláusula de acuerdo en contrario será nula y susceptible a las sanciones previstas por la presente ley.

Art. 29. – *Manual de buenas prácticas.* La autoridad de aplicación confeccionará un manual de buenas prácticas comerciales alimenticias con especificaciones claras para cada una de las instancias de la cadena de valor alimenticia, conforme las categorías y niveles que considere pertinentes. La autoridad podrá requerir, para su confección o actualización, la intervención previa de los órganos centralizados o descentralizados que considere oportunos conforme las instancias de la cadena de valor alimenticia involucradas.

El manual será de adhesión voluntaria conforme el procedimiento de adhesión y desadhesión que establezca la autoridad de aplicación, y se compondrá por las buenas prácticas promovidas por la presente ley, la Ley de Lealtad Comercial, de defensa de la competencia y el derecho de los consumidores.

Desde el momento de su adhesión voluntaria, los operadores alcanzados estarán obligados a que sus relaciones comerciales se ajusten a los principios y reglas que allí se establecen, siéndoles aplicables las sanciones previstas por la presente ley.

TÍTULO IV

Sanciones e incumplimiento contractual

Art. 30. – *Concurrencia de figuras.* El incumplimiento de lo establecido por la presente ley en los títulos I, II o III será sancionado por la autoridad de aplicación a partir de las sanciones previstas en el presente título y el procedimiento establecido en el título V, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones establecidas por otras normas.

No es necesario acreditar el daño, pudiendo ser este actual o potencial por actos u omisiones del presunto infractor.

En las formas y condiciones que establezca la reglamentación, quedan exceptuados de lo previsto en el párrafo anterior los actos alcanzados por la Ley de Lealtad Comercial, de defensa de los consumidores y usuarios, y de defensa de la competencia, que no podrán ser juzgados ni sancionados en virtud de la presente ley, y deberán remitirse las actuaciones a la autoridad de aplicación competente.

Art. 31. – *Sanciones.* Las personas humanas o jurídicas que no cumplan con las disposiciones de la presente ley y su reglamentación o lo previsto en el manual o el Código de Buenas Prácticas, serán pasibles de las siguientes sanciones:

- a) Apercibimiento;
- b) Multa por un monto de hasta el uno por ciento (1 %) del total de la facturación bruta anual de la empresa sancionada, con un tope máximo de diez millones (10.000.000) de unidades móviles conforme la actualización prevista por la ley 27.442, de defensa de la competencia;
- c) Suspensión del Registro Nacional de Proveedores del Estado por hasta cinco (5) años;
- d) Pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales de los que gozare;
- e) Clausura del establecimiento por un plazo de hasta treinta (30) días.

Las sanciones establecidas en el presente artículo podrán imponerse en forma independiente o conjunta, según las circunstancias del caso.

La autoridad de aplicación deberá disponer la publicación en el Boletín Oficial de las resoluciones que establezcan sanciones, una vez notificadas a los interesados y firmes, y podrá en los diarios de mayor circulación del país, a costa del sancionado.

Asimismo, la autoridad de aplicación podrá dar a conocer la sanción por medios digitales.

Art. 32. – *Graduación.* La autoridad de aplicación graduará la sanción en base a: la gravedad de la infracción; el daño causado a todas las personas afectadas por el incumplimiento; el beneficio obtenido por todas las personas involucradas en la conducta; el efecto disuasivo de la sanción; el valor de los activos involucrados al momento en que se cometió la violación; la intencionalidad; la duración de la conducta; la participación del infractor en el mercado; el tamaño del mercado afectado, y los antecedentes del infractor en los últimos tres (3) años, así como su capacidad económica.

La colaboración con la autoridad de aplicación en el conocimiento o en la investigación de la conducta podrá ser considerada un atenuante en la graduación de la sanción.

Art. 33. – *Incumplimiento contractual o acciones.* Las cláusulas contractuales abusivas y las acciones de resarcimiento de daños y perjuicios procederán en

sede judicial conforme los códigos procesales civiles y comerciales ante los juzgados competentes con legitimación activa del damnificado.

Asimismo, a las conductas vinculadas con el derecho de los consumidores y lealtad comercial, les será aplicable la legislación correspondiente.

Caduca la acción judicial si la parte interesada opta por iniciar la demanda ante la autoridad de aplicación, con excepción de las acciones de reparación de daños. La sanción firme de la autoridad de aplicación hará cosa juzgada.

Art. 34. – *Recurso de apelación.* Toda resolución sancionatoria podrá ser impugnada solamente por vía de recurso de apelación ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal o, cuando se establezca ante la Sala Especializada en Defensa de la Competencia de dicha Cámara, creada por la ley 27.442, o ante la Cámara Federal que corresponda en el interior del país, según el asiento de la autoridad que dicte la resolución.

El recurso deberá interponerse y fundarse ante la autoridad de aplicación dentro de los diez (10) días de notificada la resolución. La autoridad de aplicación deberá elevar el recurso con su contestación ante la cámara en un plazo de diez (10) días, acompañado del expediente en el que se hubiera dictado la resolución recurrida. Se otorgará con efecto suspensivo.

A tal fin, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal dispondrá los mecanismos para que todos los trámites y presentaciones se realicen por medios electrónicos.

En los casos de imposición de multa, el infractor obtendrá una reducción del cincuenta por ciento (50 %) de la suma fijada, si la misma es abonada dentro de los diez (10) días de notificada la resolución, salvo que, dentro del mencionado plazo, se interponga el recuso de apelación contra la resolución dictada.

Art. 35. – *Ejecución fiscal.* Transcurridos los diez (10) días previstos en el artículo anterior sin que el infractor hubiera interpuesto recurso de apelación, la multa quedará firme siendo automáticamente exigible su cobro mediante el procedimiento de ejecución fiscal. A tal efecto, será título suficiente el testimonio de la resolución recaída, expedido por la autoridad que la impuso.

Art. 36. – *Prescripción.* Las acciones que nacen de las infracciones previstas en la presente ley prescriben a los tres (3) años contados desde que se cometió la infracción. En los casos de conductas continuadas, el plazo comenzará a correr desde el momento en que cesó la comisión de la conducta en análisis.

Las acciones de resarcimiento de daños y perjuicios y las correspondientes por incumplimiento contractual o cláusulas abusivas se regirán en su prescripción por lo previsto por el Código Civil y Comercial de la Nación.

Art. 37. – *Interrupción de la prescripción.* Los plazos de prescripción se interrumpen:

- a) Con la denuncia;
- b) Por la comisión de otro hecho sancionado por la presente ley;
- c) Con el inicio del plazo de instrucción.

TÍTULO V

Procedimiento administrativo especial

Art. 38. – *Atribuciones de la autoridad de aplicación.* La autoridad de aplicación de la presente ley tendrá las siguientes facultades:

- a) Realizar inspecciones en días y horas hábiles a los locales donde se ejerzan las actividades reguladas en esta ley salvo en la parte destinada a domicilio privado, exigir la exhibición de libros y examinar documentos, verificar existencias, requerir información, proceder al secuestro de elementos probatorios de presunta infracción, citar y hacer comparecer a las personas que se considere procedente, pudiendo a dichos fines recabar el auxilio de la fuerza pública, si fuere necesario. En el acto de la inspección podrá tomarse copia de los archivos físicos, magnéticos o electrónicos, así como de cualquier documento que se estime pertinente o tomar las fotografías o filmaciones que se estimen necesarias;
- b) Solicitar al juez competente el allanamiento de domicilios privados y de los locales en días y horas hábiles;
- c) Practicar diligencias preliminares;
- d) Solicitar al juez competente el dictado de medidas cautelares, quien deberá resolver el pedido dentro de las veinticuatro (24) horas;
- e) Requerir al titular de un comercio minorista o mayorista el retiro o cancelación de publicaciones cuando se verifique el incumplimiento de las normas previstas en la presente ley o en el Manual de Buenas Prácticas Comerciales Alimenticias o Código de Buenas Prácticas del Comercio Mayorista y Minorista;
- f) Requerir dictámenes no vinculantes sobre los hechos investigados;
- g) Las que le asignen otras disposiciones legales vigentes;
- h) En cualquier momento durante la tramitación de las actuaciones, de oficio o a pedido de parte, podrá ordenar como medida preventiva el cese de la conducta que se reputa en violación de esta ley y sus reglamentaciones, así como el manual o Código de Buenas Prácticas;
- i) Podrá determinar de oficio o a pedido de parte, si tuviera motivos justificados de temer que la producción de la prueba pudiera resultar imposible o muy dificultosa durante el período

probatorio, que se produzca anticipadamente prueba testimonial, pedidos de informes, constatación de documentos, estado, calidad o condición de cosas o de lugar, y la exhibición, resguardo o secuestro de documentos concernientes al objeto del procedimiento a iniciarse.

Art. 39. – *Procedimiento.* El procedimiento de sanción de los incumplimientos a lo establecido por la presente ley se iniciará de oficio o a través de denuncia por cualquier persona humana o jurídica, pública o privada, y del Defensor del Pueblo.

El procedimiento previsto en esta ley será público para quienes tengan un interés legítimo y secreto para personas ajenas al procedimiento, hasta su resolución. Asimismo, la autoridad podrá ordenar, de oficio o a pedido de parte, la reserva de las actuaciones mediante resolución fundada, siempre que la publicidad ponga en peligro el procedimiento.

El denunciante será parte en el procedimiento con excepción de que haya solicitado la confidencialidad de su identidad al momento de la denuncia, en cuyo caso procederá la autoridad de aplicación de oficio a continuar con las actuaciones.

La autoridad de aplicación dispondrá los mecanismos para que todos los trámites, presentaciones y etapas del procedimiento se realicen por medios electrónicos.

Art. 40. – *Requisitos de la denuncia.* La denuncia deberá contener:

- a) El nombre y domicilio del presentante, la acreditación de su personería y representación, en su caso, y la constitución de un domicilio en los cuales serán indistintamente válidas todas las notificaciones;
- b) El objeto exacto de la denuncia, que incluirá la identificación del presunto responsable, siempre que sea posible;
- c) Los hechos considerados, explicados claramente;
- d) El derecho en que se funda, expuesto sucintamente;
- e) La prueba documental y el ofrecimiento de los restantes medios de prueba considerados conducentes para el análisis de la denuncia.

Art. 41. – *Cómputo de los plazos.* Todos los plazos previstos en la presente ley se contarán en días hábiles administrativos. Se suspenderán los plazos cuando exista causa justificada, en los términos establecidos por la respectiva reglamentación.

Art. 42. – *Actuación de oficio.* Si se tratare de la comprobación de oficio de una infracción, el funcionario actuante procederá a labrar un acta donde hará constar concretamente el hecho verificado y la norma infringida. Se notificará al presunto infractor que dentro de los diez (10) días de notificado, deberá presentar su

descargo y ofrecer pruebas, si las hubiere, debiéndose indicar dónde efectuar su presentación.

La autoridad de aplicación pondrá a disposición del presunto infractor copia de lo actuado.

La reglamentación establecerá la forma y condiciones de notificación del acta. Los hechos constatados por la autoridad de aplicación tendrán valor probatorio pleno, sin perjuicio de las pruebas que, en defensa de sus derechos o intereses, pudieran aportar los administrados.

El inspeccionado deberá presentar su descargo y ofrecer toda la prueba que estime pertinente dentro de los diez (10) días contados desde la fecha en que fuera notificada la imputación, acompañando en el mismo acto la prueba documental que tuviera en su poder. El descargo podrá realizarse conforme determine la autoridad de aplicación. En dicha presentación el imputado deberá acreditar personería y constituir domicilio, en donde serán válidas todas las notificaciones, bajo apercibimiento de tenerlo por no presentado.

Art. 43. – *Ratificación de la denuncia.* Una vez presentada la denuncia, dentro de los siguientes cinco (5) días se citará a ratificar o rectificar la misma al denunciante, y adecuarla conforme las disposiciones de la presente ley, bajo apercibimiento, en caso de incomparecencia, de proceder a su desestimación. La resolución que dispone su desestimación por tal motivo será inapelable. Los apoderados deberán presentar poder especial, o general administrativo, en original o copia certificada.

Luego de recibida la denuncia, o iniciadas las actuaciones de oficio, la autoridad de aplicación podrá realizar las medidas procesales previas que estime corresponder para decidir sobre la procedencia del traslado.

Art. 44. – *Admisión o rechazo de la denuncia.* Luego de ratificada o rectificada la denuncia, la autoridad de aplicación tendrá diez (10) días para admitirla o rechazarla. Si estimare que no hay mérito suficiente para la prosecución del procedimiento, se dispondrá su desestimación.

Si estimare que la denuncia es pertinente, correrá traslado de la misma por diez (10) días al presunto responsable para que efectúe su descargo y ofrezca la prueba que considere pertinente. En su contestación, el presunto responsable deberá acreditar personería y constituir domicilio, en cualquiera de las cuales serán válidas todas las notificaciones, bajo apercibimiento de tenerlo por no presentado.

En el caso de recibirse una (1) o más denuncias relacionadas con una misma infracción, se deberán acumular las actuaciones y se impondrá una única sanción.

Art. 45. – *Instrucción del sumario.* Constatado el traslado, o vencido su plazo, la autoridad de aplicación resolverá, dentro de veinte (20) días, sobre la procedencia de la instrucción del sumario y la imputación del

presunto responsable. La resolución sobre instrucción del sumario deberá ser fundada.

En esta etapa procesal, la autoridad de aplicación podrá llevar adelante las medidas probatorias que considere pertinentes, vinculadas estrictamente con el objeto de la denuncia o el acta de comprobación de oficio, en el término de la resolución de instrucción del sumario.

Todos los pedidos de informes y oficios se otorgará un plazo de diez (10) días para su contestación, pudiendo reiterarse el requerimiento por igual plazo y cuantas veces sea necesario hasta tanto se brinde la respuesta solicitada.

En el caso de las audiencias testimoniales, los testigos podrán asistir a las mismas con letrado patrocinante. Asimismo, las partes denunciadas y denunciadas podrán asistir personalmente, con o sin patrocinio letrado, o hacerse representar por apoderado, los cuales deberán estar debidamente presentados en el expediente.

Las auditorías o pericias serán llevadas a cabo por personal idóneo designado por la autoridad de aplicación.

Art. 46. – *Plazo de instrucción.* La instrucción se realizará dentro del plazo de noventa (90) días, prorrogables cuando haya causa justificada.

Art. 47. – *Prueba.* Las pruebas se admitirán solamente en caso de existir hechos controvertidos, siempre que no resulten manifiestamente inconducentes o meramente dilatorios.

La autoridad de aplicación resolverá sobre la procedencia de la prueba, considerando y dando lugar a la producción de aquella que fuere pertinente, conforme al objeto analizado, y rechazando aquella que resultare sobreabundante o improcedente. Se fijará un plazo para la realización de la prueba otorgada, que no podrá exceder de sesenta (60) días, prorrogables por igual período, por única vez, cuando haya causa justificada.

Contra cualquier resolución que rechace o desestime medidas de prueba solo podrá interponerse el recurso de reposición, con fundamento en su pertinencia, admisibilidad, idoneidad y conduencia.

Art. 48. – *Recurso de reposición.* El recurso de reposición procederá contra las resoluciones dictadas sin sustanciación, con el fin de que, quien la hubiere dictado, proceda a revocarla por contrario imperio. Este recurso se interpondrá dentro del tercer día, por escrito que lo fundamente. La resolución que recaiga será ejecutoria, a menos que el recurso hubiera sido deducido junto con el de apelación en subsidio, y este sea procedente. Este recurso tendrá efecto suspensivo solo cuando la resolución recurrida fuere apelable con ese efecto.

Art. 49. – *Reserva de información confidencial.* A solicitud de parte o de un tercero con interés legítimo, se declarará la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de un secre-

to empresarial, información que afecte la intimidad personal o familiar, o aquella cuya divulgación podría perjudicar a su titular.

Para que proceda la solicitud de declaración de reserva, el interesado deberá precisar cuál es la información confidencial, justificar su solicitud y presentar un resumen no confidencial sobre dicha información.

La autoridad de aplicación podrá declarar de oficio la reserva de información vinculada a la intimidad personal o familiar o que ponga en riesgo la integridad física de estas.

Art. 50. – *Ley supletoria.* En todo lo no previsto por la presente ley, se aplicará supletoriamente el Código Procesal Civil y Comercial de la Nación y los principios de la Ley Nacional de Procedimientos Administrativos.

TÍTULO VI

Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia

Art. 51. – *Creación.* Créase en el ámbito de la autoridad de aplicación el Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia que tendrá por finalidad el fomento de mercados de competencia en cada una de las instancias de la cadena de valor alimenticia, promoviendo la obtención de mejores condiciones de eficiencia, y mayor concurrencia en el comercio mayorista y minorista.

Art. 52. – *Adhesión.* Se invita a las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir al Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia.

Art. 53. – *Fines.* Son fines del Plan Nacional de Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia:

- a) Aumentar el beneficio de la sociedad y de los consumidores, a partir de la eficacia, la concurrencia y la competitividad en cada segmento de la cadena de valor vinculada a los productos incluidos en la ley y en los establecimientos del comercio minorista y mayorista;
- b) Resguardar el equilibrio entre los operadores de la cadena de valor de los productos alimenticios y de higiene personal, bebidas y artículos de limpieza del hogar, a fin de evitar que realicen prácticas o acuerdos que perjudiquen a la competencia o los consumidores;
- c) Contribuir a la transparencia de los precios de los productos abarcados por el objeto de la ley;
- d) Promover la innovación técnica, tecnológica y logística en la cadena de valor, así como el desarrollo de nuevos canales de distribución para los productos alcanzados por la ley;
- e) Conseguir un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores, regulando las prácticas comerciales, la formalización de los acuerdos

y promoviendo códigos de buenas prácticas comerciales entre los operadores;

- f) Promover una mayor concurrencia de marcas de diferentes grupos económicos en las góndolas de los establecimientos del comercio minorista y mayorista en todo el país;
- g) Contribuir a garantizar los derechos del consumidor en lo que respecta a la transparencia en el funcionamiento del comercio mayorista y minorista, así como a ampliar la oferta competitiva de productos alimenticios y de higiene personal, bebidas y artículos de limpieza del hogar;
- h) Favorecer el principio de acceso al consumo sustentable y la generalización de la cultura de la sostenibilidad en la cadena de valor de los productos incluidos en el objeto de la ley y del comercio mayorista y minorista;
- i) Promover y ampliar la oferta de productos artesanales y regionales de origen nacional;
- j) Promover la consolidación de la oferta de proveedores organizados como micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), o en cooperativas y mutuales.

Art. 54. – *Atribuciones.* El Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia desarrollará sus fines con las siguientes atribuciones:

- a) Planificar programas de financiamiento privilegiado a los proyectos de micro, pequeñas y medianas empresas, cooperativas y mutuales que estén en condiciones de realizar exportaciones de productos alimenticios o alimentos;
- b) Promoverá acciones tendientes a remover barreras de entrada burocráticas en normativa nacional y de los distritos que adhieran al plan;
- c) Promover la planificación de obra pública en infraestructura y logística que evalúe capaz de mejorar las condiciones de competencia y eficiencia de los sectores productivos;
- d) Promover a micro, pequeñas y medianas empresas, cooperativas y mutuales para ser proveedoras en el comercio minorista y mayorista;
- e) Promover la adhesión al manual de buenas prácticas comerciales alimenticias creada por la presente ley;
- f) Promover la creación de programas de asesoramiento y capacitación de emprendedores, y regímenes de incentivos fiscales a las micro, pequeñas y medianas empresas, cooperativas y mutuales del sector.

Art. 55. – *Fomento de proveedores.* La autoridad de aplicación nacional, así como las autoridades provinciales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que así adhieran, deberán disponer de un sistema de fomento de proveedores destinado a receptor solicitudes de participación en el comercio minorista por parte

de empresas organizadas en mipymes, cooperativas, mutuales, otras formas de organización de la economía popular y/u organizaciones de la agricultura familiar, campesina e indígena.

La autoridad de aplicación correspondiente difundirá la disponibilidad de los proveedores en forma pública y remitirá la información a las cadenas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas del Comercio Minorista o Mayorista.

Art. 56. – *Vigencia.* La presente ley entrará en vigencia a los ciento ochenta (180) días de su publicación en el Boletín Oficial de la Nación.

Art. 57. – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Sala de las comisiones, 21 de mayo de 2019.

Daniel A. Lipovetzky. – Julio E. Sahad. – Juan J. M. Aicega. – Mario H. Arce. – Brenda L. Austin. – Héctor Baldassi.* – Karina V. Banfi.* – Sebastián Bragagnolo. – Carlos A. Fernández. – Alejandro García. – Álvaro G. González. – Leonor M. Martínez Villada. – Mario R. Negri. – Luis M. Pastori. – Carmen Polledo.* – Pedro J. Pretto. – Carlos G. Roma. – Cornelia Schmidt Liermann. – Alicia Terada. – Pablo G. Tonelli. – Marcelo G. Wechsler.*

En disidencia parcial:

Javier David. – Ana C. Carrizo.

INFORME

Honorable Cámara:

El presente proyecto tiene como antecedente inmediato la sanción de la ley 27.442 en sus artículos 87 y siguientes, donde este Honorable Congreso de la Nación estableció la manda legal a realizar un proyecto de ley de “Fomento de la competencia minorista”, y es resultado del trabajo realizado por los señores diputados y diputadas a partir de los expedientes 1.494-D.-2019, 1.807-D.-2019, 1.901-D.-2019 y 1.907-D.-2019 y 2.219-D.-2019, de diferentes señoras y señores diputados de diferentes bloques.

A nuestro criterio, todos los proyectos de ley tenían una base común en cuanto a la enumeración de prácticas asociadas a un abuso de la dependencia económica por parte de las grandes cadenas del comercio mayorista y minorista respecto de sus proveedores, y particularmente sobre sus proveedores más pequeños.

Que dicho abuso de la dependencia económica se traduce en diferentes mecanismos de transferencia del riesgo empresario, obligando a los proveedores a soportar errores de previsión de mercado, mermas que acontecen una vez entregados los productos, y la exigencia de absorción de costos que concluyen en

una irrazonable restricción de la concurrencia en las góndolas del comercio mayorista y minorista.

En consecuencia, todos los proyectos han tomado diferentes estrategias para asegurar una redistribución de los riesgos empresarios acorde a la responsabilidad a cada una de las partes. Concretamente este proyecto adopta la identificación de condiciones contractuales abusivas en tanto la exigencia de costos de reposición, distribución y acopio por bienes ya entregados; la imposición unilateral de los costos por mermas o por generación de residuos sin determinar un punto de transferencia de la responsabilidad razonable; y la exigencia de los costos por las ventas promocionales.

Que las mencionadas conductas abusivas serán limitadas a partir de la creación de un Código de Buenas Prácticas del Comercio Mayorista y Minorista, que tendrá destino de ser aplicado en forma obligatoria por las grandes cadenas del comercio mayorista o minorista de todo el país, identificadas por la facturación anual.

El modelo adoptado por el presente proyecto es tomado de la legislación vigente en el Reino Unido que impone un Código de Buenas Prácticas a las diez principales cadenas de supermercados locales identificadas a partir de un determinado umbral de facturación anual. Que se tomó dicha decisión legislativa bajo la pretensión de asegurar un cambio en las relaciones comerciales entre los operadores que tienen mayor incidencia en el mercado, con el objetivo de una extensión progresiva de las conductas de competencia leal.

Toda decisión de un umbral determinado supone una dificultad para el legislador, y siempre el único parámetro que debe ser tenido en cuenta es el descubrimiento de una escala que efectivamente exista en el mercado. En este caso concreto, el objetivo fue establecer un corte que refleja la diferencia entre las cadenas de gran extensión territorial y las cadenas que no tienen una extensión territorial, medido en función de una facturación anual proyectada a partir de una cantidad de bocas de expendio que se estimó relevante.

La legislación en el Reino Unido fue implementada como consecuencia de sucesivos informes realizados por la autoridad local de la competencia, y que después fuera replicada con similares características en distintos países de la Unión Europea. Al detectarse una recurrencia de abusos en distintos países es que se empieza a considerar un abordaje regional de este tipo de prácticas, partiendo de criterios conceptuales que emanan de las legislaciones de competencia desleal o lealtad comercial, y de defensa de la competencia.

Que este tipo de legislaciones tienen como principal objetivo reducir al máximo la transferencia del riesgo empresario, mejorando la capacidad de pequeños y medianos proveedores a acceder a los canales de comercialización minorista, y evitar las prácticas que dificultan la previsibilidad en las obligaciones a las que se comprometen las partes.

Dicho objetivo comprende que la competencia no solamente se defiende con la imposición de sanciones

* Integran dos (2) comisiones.

a los que realizan conductas anticompetitivas. Debe acompañarse el proceso con prácticas legislativas proactivas en la adecuación de conductas comerciales que restringen o distorsionan los mercados a partir de la imposición de límites a la entrada o salida de los mismos. Que la capacidad de acceso o salida es condición necesaria para evaluar qué tan desafiante es una determinada posición en un mercado relevante y, por tanto, un elemento esencial para determinar la existencia o no de la posición dominante.

Una exagerada transferencia del riesgo empresario supone una restricción a la concurrencia que consolida posiciones dominantes de mercado, y promueve prácticas desleales o anticompetitivas en detrimento de nuevos operadores en el mercado. Que dicha situación afecta a los consumidores por la falta de acceso a diferentes propuestas de calidad y precio. Entonces, los mercados que tienen una condición de concentración elevada, requieren una posición más proactiva de la normativa para asegurar condiciones de competencia.

Que en este orden de ideas, las legislaciones comerciales tienden a asegurar el incentivo de los operadores a competir lealmente entre sí, utilizando medios adecuados que no promuevan la destrucción de la competencia para la obtención o acrecentamiento de una posición de mercado, sino la utilización de medios legítimos. Este tipo de legislaciones son las que delimitan la frontera entre la competencia desleal, existiendo normas comunes a todas las actividades comerciales, y otras normas que adecúan dichos principios a situaciones concretas que se desarrollan en determinados mercados.

Que, en el Libro Verde sobre Prácticas Comerciales Desleales en la Cadena de Suministro Alimentario y No Alimentario entre Empresas en Europa, se entiende que “una posible característica de una práctica leal sería que las partes contratantes acordaran que cada operador asuma la responsabilidad de sus propios riesgos y no intente indebidamente transferirlos a otras partes”.

En este mismo sentido, el Código de Buenas Prácticas procura eliminar prácticas abusivas asociadas a los plazos de pago y que son características de este modelo de negocios. Este tipo de prácticas son ampliamente criticadas entre la industria y los productores que contratan directamente con las cadenas del comercio minorista o mayorista. El presente proyecto de ley contempla la determinación de un plazo cierto para el pago a sus proveedores, permitiendo, a los que reciban los instrumentos financieros creados por la ley 27.440, tener un título capaz de ser descontado en el mercado.

Sin embargo, teniendo en cuenta la particular situación de desequilibrio en que se encuentran las micro y pequeñas empresas o aquellas que tienen una facturación asimilable a estas, se les prohíbe a las cadenas el diferimiento del pago en más de sesenta días.

Con similar criterio, en cuanto a los productos considerados altamente perecederos, se establece un plazo máximo de diferimiento de 40 días independientemente del tipo de proveedor.

Que el mencionado contenido del Código de Buenas Prácticas será de orden público, obligando a las cadenas a formalizar el integrar las cláusulas del código a los acuerdos que realicen con sus proveedores de alimentos, productos alimenticios, bebidas, productos de limpieza del hogar y de higiene personal.

La obligación de formalización del contrato es un medio legislativo eficiente para asegurar la debida protección de los proveedores. La falta de formalización será considerada en perjuicio de la cadena, en tanto su prueba en sede judicial al momento de hacer valer sus cláusulas, asegurando un incentivo concreto de la cadena a dar cumplimiento con dicha manda.

El proyecto de ley establece que, junto a la formalización de los acuerdos, se prohíbe el establecimiento de cláusulas o la realización de requerimientos que contraríen lo establecido por el código. Del mismo modo, aquellas cláusulas que resulten ambiguas respecto de la generación de créditos y débitos entre las partes.

Como consecuencia de todo ello, se prohíbe toda modificación unilateral de las prestaciones acordadas entre las partes, y especialmente aquellas modificaciones sobre la contraprestación por una prestación ya realizada, lo que es equivalente a decir una modificación con efecto retroactivo en la relación comercial. La naturaleza de la prohibición es evitar la desnaturalización del orden público con acuerdos que asienten una posición de desequilibrio entre las partes y depositen la totalidad del riesgo de la relación comercial sobre una única parte o que promuevan la imprevisibilidad de los costos.

Que el proyecto de ley contempla, a su vez, normas que prohíben los acuerdos tendientes a prácticas anticompetitivas o de competencia desleal, como son los acuerdos para el acaparamiento de góndolas, o los acuerdos de participación mínima de sus propios productos o de participación máxima de los productos de la competencia. En el mismo sentido, se prohíbe todo acuerdo cuyo efecto u objeto sea limitar la visibilidad, accesibilidad o permanencia de los productos de la competencia.

Como complemento de dichas prohibiciones se impone la manda a la cadena de comercio minorista y mayorista, de garantizar un ordenamiento acorde a condiciones objetivas de los productos en góndola, estando los mismos ordenados en forma vertical y continua como método para asegurar que todos los productos de los diferentes proveedores tengan posición de visibilidad y accesibilidad. El objetivo de fondo es asegurar la presencia de la diversidad y amplitud de precios y calidad ofrecidos al consumidor.

En igual sentido, se exige a las cadenas que la distribución de productos en góndola debe ser equitativa entre los distintos proveedores para asegurar que no exista de hecho un acaparamiento por parte de ninguno en detrimento de los otros.

En el mismo capítulo, se exige a las cadenas asegurar un mínimo en la concurrencia de tres proveedores

para establecimientos considerados grandes y de dos proveedores en establecimientos que se corresponden con el formato de proximidad. Circunscribiendo dicha obligación exclusivamente a las diferentes categorías de productos que integran la canasta básica alimentaria.

Que asegurar una medida proactiva de fomento de la competencia en productos alimentarios se justifica en la importancia que dichos productos tienen para el consumidor, y la necesaria intervención estatal con el objetivo de promover la libre competencia en sectores de la economía donde se hayan detectado distorsiones y restricciones competitivas.

En el mismo sentido, se promueve un mínimo en la participación de empresas, productores primarios, cooperativas y mutuales con facturación asimilable a los umbrales de las micro, pequeñas y medianas empresas, en las cadenas. Dicha promoción se efectiviza con la incorporación de este tipo de proveedores, estableciéndose una participación mínima del 25 % entre los proveedores a las cadenas.

Que, asimismo, el proyecto incentiva una nueva modalidad de contratación directa entre las cadenas y los productores primarios para la venta de productos sin intermediación, medidas que tienen como principal objetivo mejorar la transparencia y precios del mercado.

Finalmente, teniendo en cuenta la experiencia en España con la Ley de la Cadena Alimentaria, en Francia con la Ley de Modernización de la Agricultura, y en Italia con la Ley sobre Transacciones Comerciales en el Ámbito de la Cesión de Productos Agrarios o Alimentarios, el presente proyecto de ley promueve la formalización de los acuerdos en la cadena de valor alimenticia, extendiendo esta obligación a todos los operadores que interactúan aguas arriba.

Que la extensión de la obligación de formalización de los acuerdos se realiza sobre las relaciones consideradas en situación de desequilibrio por ser una de las partes una empresa, productor primario, cooperativa o mutual con facturación asimilable a los umbrales de micro, pequeñas y medianas empresas.

Daniel A. Lipovetzky.

ANTECEDENTES

1

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados, ...

LEY DE FOMENTO DE LA COMPETENCIA EN LA CADENA DE VALOR ALIMENTICIA

TÍTULO I

Aplicación de la ley

Artículo 1° – *Objeto.* La aplicación de la presente ley se regirá conforme las leyes de tutela del derecho

de los consumidores, y del régimen de defensa de la competencia en cumplimiento de los términos del artículo 42 de la Constitución de la Nación.

Esta ley tiene por objeto establecer medidas de mejora del funcionamiento de la cadena de valor alimenticia desde su producción hasta la distribución a los consumidores finales, persiguiendo los fines establecidos por el artículo 3° de la presente.

Art. 2° – *Ámbito de aplicación.* La presente ley será de aplicación a la totalidad de las relaciones comerciales en las que intervengan los operadores de la cadena de valor alimenticia, y cuyo objeto esté vinculado en forma directa con el proceso desde la producción hasta la distribución final de alimentos y productos alimenticios.

Art. 3° – *Fines.* Son fines de la presente ley los siguientes:

- a) Aumentar el beneficio de la sociedad y de los consumidores, a partir de la eficacia, la concurrencia y la competitividad en cada segmento de la cadena de valor alimenticia, y en los canales de distribución minorista y mayorista;
- b) Resguardar el equilibrio entre los operadores de la cadena de valor alimenticia, a fin de evitar que realicen prácticas o acuerdos que perjudiquen a la competencia o los consumidores;
- c) Contribuir a la transparencia de los precios de los productos alimenticios;
- d) Promover la innovación técnica, tecnológica y logística en la cadena de valor, así como el desarrollo de nuevos canales de distribución para los productos alimenticios;
- e) Conseguir un mayor equilibrio y transparencia en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores, regulando las prácticas comerciales, la formalización de los contratos y promoviendo códigos de buenas prácticas comerciales entre los operadores;
- f) Promover una mayor concurrencia de marcas de diferentes grupos económicos en las góndolas de los establecimientos de los canales de distribución minorista y mayorista en todo el país;
- g) Contribuir a garantizar los derechos del consumidor en lo que respecta a la transparencia en el funcionamiento de los canales de distribución mayorista y minorista, así como a ampliar la oferta competitiva de productos alimenticios suficientes y de calidad;
- h) Favorecer el principio de acceso al consumo sustentable y la generalización de la cultura de la sostenibilidad en la cadena de valor alimenticia.

Art. 4° – *Principios rectores.* Las relaciones comerciales sujetas a esta ley se regirán por principios de equilibrio y justa reciprocidad entre las partes, libertad

de pactos, buena fe, interés mutuo, equitativa distribución de riesgos y responsabilidades, cooperación, transparencia y respeto a la libre competencia en el mercado.

Art. 5° – *Autoridad de aplicación*. La autoridad de aplicación de la presente ley será la Secretaría de Comercio de la Nación dependiente del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, respecto de las obligaciones establecidas en los artículos 15, 19, y el título V.

La autoridad de aplicación nacional podrá celebrar convenios con autoridades provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para la ejecución de las políticas públicas de fortalecimiento de la cadena de valor alimenticia conforme el título V de la presente ley.

Asimismo, las denuncias por los incumplimientos a lo establecido por la presente ley serán presentadas conforme la ley 27.442, de defensa de la competencia ante la autoridad nacional de la competencia.

Art. 6° – *Definiciones*. A los efectos de la presente ley, se entenderá por:

- a) Cadena de valor alimenticia: el conjunto de actividades que llevan a cabo los distintos operadores que intervienen en la producción, transformación y distribución de alimentos o productos alimenticios, excluyendo las actividades de transporte y las relaciones de consumo;
- b) Alimento o producto alimenticio: cualquier sustancia o producto destinado a ser ingerido por los seres humanos y que se rijan por lo establecido en el Código Alimentario Argentino o similares extranjeros que estén habilitados para su comercialización en el ámbito de la República Argentina;
- c) Operador: las empresas o personas humanas que integran la cadena de valor alimenticia dedicadas a ser proveedoras, productoras, distribuidoras, explotadoras de establecimientos de distribución mayorista o minorista y aquellos que realizan la transformación de productos alimenticios. Se excluyen los consumidores finales;
- d) Proveedores: aquellas empresas o personas humanas que suministren a los establecimientos de los canales de distribución minorista o mayorista, bienes de consumo corriente alimenticio y/o de uso doméstico para su comercialización;
- e) Establecimientos de los canales de distribución minorista o mayorista: aquellos establecimientos de las características establecidas por los incisos a), b), c), f) y g) del artículo 1° del decreto ley 18.425/69, y que cuenten con la correspondiente habilitación provincial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o local conforme corresponda;

- f) Góndola: cada espacio físico continuo del establecimiento de los canales de distribución minorista o mayorista que comparten productos alimenticios que poseen similares características y comparten determinadas condiciones para su conservación, y se encuentran para su exhibición a la venta. No serán consideradas como góndolas los exhibidores contiguos a las cajas, los congeladores exclusivos, las islas de exhibición y las islas de venta personalizada.

TÍTULO II

Contratos alimenticios

CAPÍTULO I

Ámbito de aplicación

Art. 7° – *Contrato alimenticio*. Son contratos alimenticios aquellos celebrados por los operadores de la cadena de valor alimenticia en que una de las partes se obliga frente a la otra a la venta de alimentos o productos alimenticios e insumos para la producción o transformación de los mismos, por un precio cierto, bien se trata de un contrato de compraventa o de un contrato de suministro. Se exceptúan los contratos de relaciones de consumo.

Los contratos de proveedores con las empresas que explotan los establecimientos de los canales de distribución mayorista o minorista se rigen conforme el título III de la presente ley.

Art. 8° – *Contratos exceptuados*. Lo establecido en el presente título alcanzará a la totalidad de los contratos alimenticios celebrados entre operadores de la cadena de valor alimenticia, con excepción de:

- a) Las entregas de producto que se realicen a cooperativas agrarias y otras entidades asociativas, por parte de los asociados de las mismas, siempre que, en virtud de sus estatutos, estén obligados a su realización;
- b) Las operaciones comerciales que se realicen entre operadores de la cadena para la compra de las materias primas e ingredientes utilizados para el cuidado, la crianza y la alimentación animal;
- c) Toda operación que implique una transacción comercial por un precio o valor inferior a las nueve mil (9.000) unidades móviles de la ley 27.442, de defensa de la competencia.

Art. 9° – *Situación de desequilibrio*. A los efectos de la presente ley, constituyen condición de desequilibrio en el marco de las relaciones comerciales entre los operadores que celebran un contrato alimenticio, cuando se encuentren en alguna de las siguientes situaciones:

- a) Que uno de los operadores tenga la condición de pyme conforme la ley 24.467 o una cooperativa y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, y el otro no;

- b) Que, en los casos de comercialización de productos agrarios no transformados, perecederos e insumos alimenticios, uno de los operadores tenga la condición de productor agrario, ganadero, pesquero o forestal o una agrupación de los mismos, y el otro no;
- c) Que uno de los operadores comprometa en la relación comercial el treinta por ciento (30 %) de su facturación del ejercicio inmediatamente anterior.

Art. 10. – *Forma y validez.* En los casos en que haya una situación de desequilibrio, será obligatoria la existencia de un contrato formalizado por escrito en el caso de los contratos alimenticios. La formalidad de ninguna manera será condición de validez del contrato pero podrá ser medida de prueba exigible a la parte beneficiada en la situación de desequilibrio.

La documentación del contrato y sus derivados deberán ser conservados, en papel o en forma digital, por al menos dos (2) años desde su resolución o cumplimiento. Las modificaciones solamente podrán realizarse por el mismo medio.

Se excluye de la obligación cuando el pago del precio se realice al contado contra la entrega de los productos.

CAPÍTULO 2

Prácticas comerciales abusivas

Art. 11. – *Modificaciones unilaterales y pagos comerciales no previstos.* El contrato debe establecer las condiciones de pago, incluyendo las condiciones de emisión de notas de crédito, débito y de descuento asociados al volumen transado, y las condiciones de entrega y puesta a disposición de los productos alimenticios.

Se prohíben las modificaciones de las condiciones contractuales establecidas en el contrato, salvo que se realicen por mutuo acuerdo de las partes. Los contratos deberán prever las correspondientes cláusulas que de ninguna manera admitan la modificación unilateral.

Lo previsto en el presente artículo incluye los pagos adicionales sobre el precio pactado, salvo que se refieran al riesgo razonable propio del contrato.

Art. 12. – *Suministro de información comercial sensible.* Todos los contratos alimenticios deben establecer la información que las partes deban suministrarse para el efectivo cumplimiento de sus respectivas obligaciones contractuales.

En ningún caso, un operador podrá exigir a otro operador de la cadena de valor información comercial sensible sobre sus productos o de otros operadores, ni informar cantidades de despachos o producción ajenas al contrato.

Los operadores tienen deber de confidencialidad de la información sensible que pueda obtenerse en el proceso de negociación o ejecución de un contrato alimentario.

Art. 13. – *Gestión de marcas.* Los operadores gestionarán las marcas de productos alimenticios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como de otros operadores, evitando prácticas anticompetitivas o de deslealtad.

Todo uso de la marca ajena debe ser con acuerdo del propietario de la misma.

Art. 14. – *Gestión de la evaluación de calidad.* Los operadores pautarán de mutuo acuerdo las condiciones y metodología de evaluación de la calidad de las materias primas, cuando de la calidad dependa su valor.

CAPÍTULO 3

Del Código de Buenas Prácticas Comerciales en la Cadena de Valor Alimenticia

Art. 15. – *Creación.* La autoridad de aplicación confeccionará un Código de Buenas Prácticas Comerciales en la Cadena de Valor Alimenticia con especificaciones claras para cada una de las instancias de la cadena de valor alimenticia, conforme las categorías y niveles que considere pertinentes.

El código, con excepción de lo previsto por el título III de la presente ley, será de adhesión voluntaria y contendrá reglas de aplicación y cumplimiento de las prácticas comerciales leales, competitivas y de respeto por el derecho de los consumidores.

La autoridad de aplicación requerirá dictamen previo de la autoridad nacional de la competencia, creada por la ley 27.442, y de los órganos centralizados y descentralizados que considere oportunos conforme la instancia de la cadena de valor alimenticia.

Art. 16. – *Registro de adhesión.* La autoridad de aplicación establecerá el procedimiento de adhesión y desadhesión al código de buenas prácticas comerciales.

La autoridad creará y gestionará un registro de operadores adheridos.

Asimismo, dará publicidad periódica con la regularidad que la reglamentación establezca, del listado de operadores adheridos. La publicidad será tanto digital como en el Boletín Oficial de la República Argentina.

Desde el momento de su adhesión voluntaria, los operadores alcanzados estarán obligados a que sus relaciones comerciales se ajusten a los principios y reglas. Los operadores podrán dar publicidad de su condición de adherentes.

TÍTULO III

De los canales de distribución mayorista o minorista

CAPÍTULO 1

Del Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución Minorista y Mayorista

Art. 17. – *Ámbito de aplicación.* Lo establecido por el presente título es aplicable a la totalidad de los contratos alimenticios celebrados por las empresas alcan-

zadas por el Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución Minorista y Mayorista, tanto aquellas obligadas como las que adhieran al mismo en forma voluntaria, y sus proveedores.

Desde el momento de su adhesión voluntaria o desde el plazo establecido en el Código para las empresas obligadas, los operadores alcanzados deberán ajustar sus relaciones comerciales a los principios y reglas establecidos.

Art. 18. – *Creación.* Créase el Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución Mayorista y Minorista que será obligatorio para las empresas contempladas en el segundo párrafo del artículo 20 de la presente ley, y de suscripción voluntaria para las demás empresas de la cadena de distribución mayorista y minorista de productos alimenticios.

El código será confeccionado por la autoridad de aplicación, a partir de los lineamientos establecidos en el presente capítulo y requerirá dictamen previo de la autoridad nacional de la competencia creada por la ley 27.442, de defensa de la competencia.

Art. 19. – *Contenido.* El Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución deberá incluir las prácticas consideradas abusivas conforme el presente título y las contempladas para los contratos alimenticios, entre aquellas que surjan de la normativa comercial vigente de lealtad comercial, defensa de la competencia, y defensa de los consumidores. Asimismo, se incluirá:

- a) La obligación de designar un responsable corporativo de cumplimiento del Código, y la notificación del nombramiento a los proveedores y a la autoridad de aplicación;
- b) Disponer en los contratos de un procedimiento alternativo de resolución de conflictos que podrá ser la mediación privada y/o el arbitraje;
- c) La remisión periódica a la autoridad de aplicación de la información requerida sobre el cumplimiento del Código y la información requerida al Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia creado por la presente ley, en calidad de declaración jurada.

Art. 20. – *Sujetos obligados y voluntarios.* Lo establecido en el presente título alcanza a todas las empresas que exploten establecimientos que integran la cadena de distribución mayorista o minorista de productos alimenticios, que cuenten con habilitación del tipo supermercado o hipermercado conforme las normativas provinciales y locales, según corresponda.

El Código de Buenas Prácticas Comerciales establecido en el capítulo 3 del presente título será de aplicación obligatoria para las empresas contenidas en el párrafo anterior, y que tengan una facturación bruta anual superior a las trescientas millones (300.000.000) de unidades móviles de la ley 27.442, de defensa de la competencia, considerando la facturación de todo el grupo económico.

El resto de las empresas podrán aplicar el Código de Buenas Prácticas Comerciales adhiriendo voluntariamente al mismo mediante el procedimiento que la autoridad de aplicación establezca a tales efectos.

Art. 21. – *Integración a los contratos.* Los contratos celebrados por las empresas alcanzadas con sus proveedores de alimentos o productos alimenticios deberán ser formalizados por escrito e incorporar la totalidad del Código de Buenas Prácticas Comerciales en su redacción.

CAPÍTULO 2

De las prácticas abusivas

Art. 22. – *Contratos alimenticios.* Lo establecido respecto de los contratos alimenticios es plenamente vigente a todos los contratos alimenticios que sean celebrados por las empresas alcanzadas por el Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución, y sus proveedores.

Art. 23. – *Costos de distribución, logística inversa y reposición.* Las empresas que exploten establecimientos de la cadena de distribución mayorista o minorista tienen prohibido exigir los costos de distribución inversa o de reposición de los productos en tiempos o formas que resulten en una limitación irrazonable de la concurrencia. La empresa no podrá exigir a los proveedores la compra de bienes o servicios brindados por terceras personas.

Los costos de logística inversa no podrán ser intempestivos ni unilaterales, debiendo optarse por una absorción equitativa en los casos en que haya una situación de desequilibrio. Lo establecido es aplicable en beneficio de la parte perjudicada en el desequilibrio.

Art. 24. – *Costos por mermas, residuos y ventas promocionales.* Las empresas que exploten establecimientos de la cadena de distribución mayorista o minorista tienen prohibido exigir de forma unilateral los costos de las ventas promocionales de producto, por la generación de residuos o mermas.

Los costos deben ser pautados contractualmente con criterios objetivos. Todos los contratos deberán prever cláusulas de devolución en plazos razonables de lo pagado respecto de operaciones de venta promocional que no hayan sido realizadas.

Cuando exista una situación de desequilibrio, las empresas deben optar por una absorción equitativa de los costos de mermas, generación de residuos y ventas promocionales. Lo establecido es aplicable en beneficio de la parte perjudicada en el desequilibrio.

Asimismo, no podrán realizarse devoluciones injustificadas de productos a los proveedores.

Art. 25. – *Pagos diferidos.* Las empresas que exploten establecimientos de la cadena de distribución mayorista o minorista tienen prohibido aplicar cronogramas de pago diferido con plazo superior a los sesenta (60) días, cuando exista una situación de desequilibrio.

CAPÍTULO 3

De las góndolas

Art. 26. – *Límites a la exhibición en góndolas.* La participación en góndolas será equitativa para los oferentes garantizándose la mayor concurrencia de marcas de diferentes proveedores, conforme las posibilidades económicas y las prácticas comerciales habituales.

Está prohibido pautar la participación de un producto alimenticio de una marca determinada que supere al veinte por ciento (20 %) del espacio disponible que el producto comparte con otros de similares características. No estarán alcanzados los productos frescos de carnicería, verduras, frutas y especies.

La autoridad de aplicación de la presente ley podrá definir, previo estudio de mercado realizado por la autoridad nacional de la competencia de la ley 27.442, de defensa de la competencia, reducir el espacio disponible en góndola hasta un máximo de el diez por ciento (10 %) en función de las condiciones estructurales del mercado relevante del producto de que se trate.

Art. 27. – *Exhibidores contiguos.* Los exhibidores contiguos a las cajas y las islas de exhibición deben garantizar al menos un cincuenta por ciento (50 %) de productos de origen local y/o producido por pequeñas y medianas empresas en los términos de la ley 24.467 o por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321.

Art. 28. – *Frutas y verduras orgánicas.* En el espacio físico destinado a la venta de frutas y verduras, los establecimientos deberán garantizar un aumento progresivo en la exhibición de productos orgánicos en los términos de la ley 25.217, hasta alcanzar un mínimo del diez por ciento (10 %).

Art. 29. – *Orden en góndola.* La forma en que los productos sean exhibidos y distribuidos en góndolas por parte de los establecimientos supermercadistas, no deben tener por efecto impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia dentro de cada categoría.

Está prohibido pautar lugares de privilegio en góndola, dificultando la exhibición equitativa de las diferentes marcas ordenándolas en forma vertical, y no horizontal, utilizando criterios objetivos. Los productos de menor precio conforme la unidad mínima comparativa del artículo 30 de la presente ley deberán encontrarse a una altura no menor a los 90 centímetros y no superior a los 160 centímetros.

Se excluyen de lo establecido en los párrafos dos y tres del presente, aquellos productos que por sus características sean imposibles de ordenar en góndolas conforme lo establecido.

CAPÍTULO 4

De la unidad comparativa

Art. 30. – *Unidad mínima comparativa.* Las empresas alcanzadas deberán garantizar junto al medio

de exhibición de precios, en todas las modalidades de venta, y además de la información mínima contenida en los incisos a), b), y d) del artículo 1° de la ley 22.802, de lealtad comercial, un precio por unidad de medida homogénea para todos los productos de similares características.

La unidad de medida será la misma que la unidad del contenido neto del producto, ajustando el precio a un (1) kilogramo o un (1) litro, según corresponda.

Art. 31. – *Programas de precios cuidados.* Todo programa gubernamental, tanto nacional como provincial o local, que tenga por finalidad brindar previsibilidad, estabilidad y transparencia en el proceso de formación de precios deberá estar señalizado con carteles indicadores que faciliten su identificación respetando las pautas de exhibición de precios y lo establecido en el artículo 30 de la presente ley.

Art. 32. – *Precio mínimo ofrecido.* A los efectos de transparentar los precios de referencia, utilizando la información suministrada al Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia u otros medios similares, la autoridad de aplicación identificará el precio mínimo ofrecido por los establecimientos respecto de los productos de primera necesidad alimentaria, según la zona geográfica.

El precio mínimo ofrecido de cada producto será publicado en la totalidad de los establecimientos alcanzados por el Código, incluyendo la ubicación de donde se reportó el precio.

TÍTULO IV

Sanciones e incumplimiento contractual

Art. 33. – *Incumplimientos anticompetitivos.* Los incumplimientos a lo establecido en la presente ley y en el Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución serán sancionadas por la autoridad nacional de la competencia conforme el procedimiento de la ley 27.442, de defensa de la competencia.

Con excepción de lo establecido en el capítulo 4 del título III de la presente ley.

Art. 34. – *Otros incumplimientos.* En el caso concreto de los incumplimientos que no puedan ser considerados una práctica anticompetitiva conforme el régimen de la ley 27.442, aplicarán sanciones de hasta el uno por ciento (1 %) de la facturación bruta anual obtenido en el ejercicio anterior por parte de la empresa sancionada con un tope de cuatrocientas mil (400.000) unidades móviles de la ley 27.442.

La graduación de la sanción será conforme lo establecido en el artículo 56 de la ley 27.442.

Art. 35. – *Incumplimientos de consumidores.* Lo establecido en el capítulo 4 del título III, le será aplicable lo establecido por la ley 24.240, de defensa del consumidor.

Art. 36. – *Derecho común.* Las condiciones establecidas por la presente serán plenamente ejecutables en

sede judicial en la forma de incumplimiento contractual para cualquiera de las partes involucradas, conforme el derecho común.

TÍTULO V

Fomento de la competencia en la cadena de valor alimenticia

CAPÍTULO I

Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia

Art. 37. – *Observatorio.* Créese en el ámbito de la autoridad de aplicación de la presente ley, el Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia que requerirá y recopilará información relevante de las diferentes instancias de los procesos de producción de alimentos y productos alimenticios en el ámbito de la República Argentina.

El observatorio tendrá por función el seguimiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena de valor alimenticia, así como también el asesoramiento de los órganos de la administración pública involucrados.

Art. 38. – *Composición.* El Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia estará conformado por representantes de los órganos administrativos que tengan injerencia en la formación de políticas públicas en los sectores productivos asociados.

Asimismo, la autoridad de aplicación podrá disponer mecanismos que aseguren la participación de organizaciones y asociaciones representativas de la cadena alimentaria desde el productor hasta el consumidor final. La participación no incluirá el acceso a información comercial sensible tal como valores de despacho, producción, venta o precios de forma desagregada.

Art. 39. – *Informe anual.* El observatorio realizará evaluaciones periódicas del funcionamiento de los Códigos de Buenas Prácticas Comerciales elaborados conforme los artículos 14 y 18 de la presente ley.

Asimismo, confeccionará un informe anual respecto de la evolución de los mismos con la capacidad de recomendar políticas públicas para el fortalecimiento de la cadena de valor alimenticio. El informe será publicado en la página web de la autoridad de aplicación, y remitido para su conocimiento a las Honorables Cámaras de Diputados y Senadores de la Nación.

CAPÍTULO 2

Acciones de fomento

Art. 40. – *Creación.* Créese en el ámbito de la autoridad de aplicación, el Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia que tendrá por finalidad el fomento de mercados de competencia en cada una de las instancias de la cadena de valor alimenticia, promoviendo la obtención de mejores condiciones de eficiencia, y mayor concurrencia en los canales de distribución mayorista y minorista.

Art. 41. – *Adhesión.* Se invita a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir al Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia.

Art. 42. – *Funcionamiento.* El Plan Nacional para el Fortalecimiento de la Cadena de Valor Alimenticia tendrá las siguientes funciones:

- a) Planificar programas de financiamiento privilegiado a los proyectos de micro, pequeñas y medianas empresas que estén en condiciones de realizar exportaciones de productos alimenticios o alimentos;
- b) Promoverá acciones tendientes a remover barreras de entrada burocráticas en normativa nacional y de los distritos que adhieran al plan;
- c) Promover la planificación de obra pública en infraestructura y logística que evalúe capaz de mejorar las condiciones de competencia y eficiencia de los sectores productivos;
- d) Promover a micro, pequeñas y medianas empresas para ser proveedoras en los canales de distribución minorista y mayorista;
- e) Promover la creación de programas de asesoramiento y capacitación de emprendedores, y regímenes de incentivos fiscales a las micro, pequeñas y medianas empresas del sector.

Art. 43. – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

*Elisa M. A. Carrió. – Marcela Campagnoli.
– Héctor Flores. – María L. Lehmann. –
Juan M. López. – Alicia Terada.*

2

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados,...

DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y LA COMPETENCIA. MEDIDAS PARA LA REDUCCIÓN DE DISTORSIONES DE PRECIOS EN LAS VENTAS MINORISTAS Y EL FOMENTO DE LA COMPETENCIA EN GÓNDOLAS

Artículo 1° – *Creación del Régimen.* Créase en el ámbito de la Secretaría de Comercio, dependiente del Ministerio de Producción, el Programa de Medidas para el Fomento de la Competencia y Reducción de Distorsiones de Precios en las Ventas Minoristas en canales de venta de productos de consumo masivo a cargo de grandes empresas o grupos económicos, cuyo objeto es la reducción de distorsiones de precios minoristas originadas en la falta de competencia.

Art. 2° – *Autoridad de aplicación.* La Secretaría de Comercio, dependiente del Ministerio de Producción, será la autoridad de aplicación de las medidas contenidas en el presente título.

Art. 3° – *Sujetos abarcados*. Están comprendidos en las disposiciones del presente capítulo los supermercados y supermercados totales o hipermercados, de acuerdo con la ley 18.425, que cuenten con más de cincuenta (50) bocas de expendio en el ámbito de la República Argentina. En el cómputo de las bocas de expendio, se considerará la suma de la totalidad de bocas de un mismo grupo económico.

Art. 4° – *Categorías de productos*. Se entenderá por “categoría de productos” a la apertura a cinco dígitos del índice de precios al consumidor que elabora el Instituto Nacional de Estadística y Censos. La Secretaría de Comercio deberá, en el lapso de treinta (30) días de promulgada la presente ley, confeccionar un listado de las distintas categorías de productos que comercializan los sujetos indicados en el artículo 3°, y arbitrará los medios para su publicidad a la población en general. El listado deberá contener como mínimo la totalidad de productos de alimentos, bebidas, higiene y limpieza del hogar.

Art. 5° – *Estímulo a la competencia*. A los fines de estimular la competencia de productos, los sujetos indicados en el artículo 3° estarán obligados a que para cada categoría de productos, ninguna marca individual, o marcas de una misma empresa o grupo económico, podrá disponer de más del cuarenta por ciento (40 %) del espacio de góndola destinado a dicha categoría en el primer año de vigencia del programa, y treinta por ciento (30 %) el segundo año y subsiguientes, con sus respectivos precios finales y unitarios. La autoridad de aplicación podrá elevar los topes anteriormente definidos a cincuenta por ciento (50 %) y cuarenta por ciento (40 %) respectivamente, para las bocas de expendio de menor cantidad de metros cuadrados, siempre y cuando en función del mismo estudio de segmentación las bocas de expendio de mayor cantidad de metros se encuadren en los topes definidos en el primer párrafo del presente artículo. En caso de aplicar topes diferenciados en función de un estudio propio, la autoridad de aplicación deberá publicar y remitir a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia y/o a la autoridad de aplicación que la ley 27.442 y concordantes determine el estudio de segmentación con las fundamentaciones pertinentes.

Art. 6° – *Reducción de costos por límites a los abusos de posición dominante*. A los fines de reducir los costos para los proveedores de los sujetos indicados en el artículo 3°, se deberán cumplir con las siguientes condiciones en la relación entre los proveedores y los establecimientos de ventas minoristas:

- a) El plazo máximo de pagos no podrá superar los noventa (90) días; los proveedores podrán aplicar los intereses que determine la autoridad de aplicación en caso de pagos realizados fuera de término, siempre y cuando no existan razones legales y fundamentadas por el incumplimiento. La autoridad de aplicación podrá reducir este tope en función del tamaño o facturación de los proveedores;

- b) Los sujetos indicados en el artículo 3° no podrán exigirle a los proveedores aportes o adelantos financieros por ningún motivo, ni podrán aplicar a los proveedores retenciones económicas o débitos unilaterales; estos últimos solo podrán aplicarse por mutuo acuerdo y cuando las condiciones para realizarlos estén expresamente contempladas en el contrato que los vincula;

- c) En la negociación contractual entre los sujetos indicados en el artículo 3° y el proveedor de uno o varios productos determinados no podrá oponerse como condición la comercialización de productos de terceros, la entrega de mercadería gratuita o por debajo del costo de provisión, ni ninguna otra práctica contraria a la competencia;

- d) En la negociación de precios entre los sujetos indicados en el artículo 3° y el proveedor de uno o varios productos determinados no podrán interponerse las condiciones o variaciones de los precios de terceros proveedores.

Art. 7° – *Sanciones por retaliaciones*. En caso de sufrir retaliaciones por la aplicación de las medidas dispuestas en el presente título, los proveedores podrán denunciar a los sujetos indicados en el artículo 3° ante la autoridad de aplicación de la ley 27.442 y concordantes, quien podrá efectuar las sanciones que se establecen en el artículo 12.

Art. 8° – *Incumplimiento por falta de competencia*. En caso de que para una determinada categoría de productos, por cuestiones de índole técnicas las disposiciones del artículo 5° sean de imposible cumplimiento, la autoridad de aplicación prevista en la ley 27.442 y concordantes deberá, previa evaluación del caso, establecer un cronograma para ajustarse a lo dispuesto en dicho artículo, cuyo plazo máximo no podrá ser superior a un (1) año.

Medidas para la reducción de distorsiones de precios en las ventas minoristas y el fomento de la competencia en góndolas

Art. 9° – *Incumplimiento transitorio por falta de competencia*. En caso de que para una determinada categoría de productos los sujetos indicados en el artículo 5° no puedan cumplir transitoriamente con lo que establece el mencionado artículo, deberán informar a la Secretaría de Comercio las razones fundadas por dicho incumplimiento y plazo esperado para ajustarse a lo dispuesto en dicho artículo, que no podrá superar los treinta (30) días hábiles.

Art. 10. – *Difusión del programa*. La autoridad de aplicación deberá difundir en medios nacionales y locales, en la vía pública y en la web, los objetivos y contenidos del programa. Asimismo, deberá habilitar una línea telefónica gratuita para recepción de denuncias de falta de competencia para consumidores y asociaciones de consumidores.

Art. 11. – *Plazo*. Los establecimientos contemplados en el artículo 3° tendrán un plazo de sesenta (60) días a partir de la promulgación de la presente ley para hacer las modificaciones que sean necesarias e implementar las disposiciones del presente título.

Art. 12. – *Sanciones*. En caso de incumplimiento a las disposiciones del presente título la autoridad de aplicación aplicará las sanciones que se encuadren dentro de su órbita de competencia, y cuando corresponda deberá solicitar la intervención de otros organismos del Poder Ejecutivo nacional.

Artículo 13. – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

*Marcela Passo. – José I. de Mendiguren. –
Carlos A. Selva. – Alejandro F. Snopek.*

3

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados, ...

Artículo 1° – *Alcance*. La presente ley es de aplicación obligatoria para todas las grandes superficies comerciales alimenticias del territorio nacional, y a sus respectivos proveedores, en la medida en que se dediquen a la venta exclusiva o significativa de productos alimenticios.

Art. 2° – *Definiciones*. A los fines de la presente ley, se entenderá por:

- a) “Grandes Superficies Comerciales Alimenticias” a aquellos establecimientos que realicen ventas minoristas de productos alimenticios, en forma exclusiva o significativa, y que se encuentren dentro de alguno de los siguientes supuestos:
 - i. Superen los mil metros cuadrados (1.000 m²) de superficie destinada a la exposición y venta cubierta en los núcleos urbanos con una población de hasta 500.000 habitantes;
 - ii. Superen los dos mil metros cuadrados (2.000 m²) de superficie destinada a la exposición y venta cubierta en núcleos urbanos con una población de más de 500.000 habitantes;
 - iii. Operen bajo una misma razón social, o pertenezcan a un mismo grupo económico y posean uno o más locales de ventas, de baja superficie, cuya sumatoria supere los metros cuadrados indicados en los apartados i o ii precedentes, y cuyos clientes sean principalmente del lugar en el que se encuentran instalados, sin importar que sean explotados por sí mismos o dados en concesión o franquicia (en adelante los supermercados de proximidad).
 - iv. Cumplan los requisitos de los apartados i o ii y sean establecimientos de comercia-

lización mayorista pero también realicen ventas minoristas superiores al 30 % de su facturación mensual total;

- b) “Proveedores” a todas aquellas personas humanas o jurídicas que suministren productos alimenticios a las grandes superficies comerciales alimenticias.

Art. 3° – *Objetivo*. La presente ley tiene por objetivo:

- a) Contribuir a que el precio de los productos alimenticios sea transparente y competitivo, en beneficio de los consumidores;
- b) Mantener la armonía y el equilibrio entre los operadores económicos alcanzados por la ley, con la finalidad de evitar que realicen prácticas comerciales que perjudiquen o impliquen un riesgo para la competencia u ocasionen distorsiones en el mercado;
- c) Ampliar la oferta de productos alimenticios artesanales y/o regionales nacionales producidos por las micro/pequeñas y medianas empresas (“mipymes”) y proteger su actuación;
- d) Fomentar, a través de un régimen especial, la oferta de productos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y de la economía popular, definido por el artículo 2°, del decreto 159/2017.

Art. 4° – Queda prohibida la utilización de una góndola en más de un 30 % de su capacidad para una sola marca o proveedor, incluyendo a un grupo de empresas proveedoras relacionadas o vinculadas, dentro de una misma categoría de producto. Dicha participación deberá involucrar a no menos de cinco marcas o proveedores, de alcance nacional, provincial o regional. Se debe garantizar como mínimo un 5 % de la capacidad de las góndolas para ser utilizado con productos originados por la agricultura familiar, campesina o indígena definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y los sectores de la economía popular, definida por el artículo 2°, del decreto 159/2017. Este artículo será de cumplimiento obligatorio salvo en aquellos casos en que no exista tal cantidad de competidores y/o sea imposible aprovisionar sus góndolas con dicha cantidad o excepción debidamente fundada.

Art. 5° – Establécese para las compras y contrataciones entre los sujetos definidos en el artículo 2° de la presente ley y los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2°, del decreto 159/2017, el siguiente régimen comercial:

- a) Plazos de pago no superiores a los 60 (sesenta) días corridos;
- b) Esquemas flexibles y acorde al sector para la entrega de productos;

- c) Costos logísticos y de reposición subvencionados en, por lo menos, un 30 % (treinta por ciento) respecto del resto de los proveedores;
- d) Facilidades en los requisitos para la contratación, distribución y comercialización.

La Secretaría de Comercio, o la que en un futuro la reemplace, dispondrá de un equipo técnico especializado que facilite el cumplimiento del presente artículo.

Art. 6° – El incumplimiento de la ley tendrá penas que fluctúan entre el uno por ciento (1 %) y tres por ciento (3 %) de los ingresos netos obtenidos durante el ejercicio fiscal del año anterior actualizados. En caso de reincidencia, las penas fluctúan entre el tres por ciento (3 %) y el cinco por ciento (5 %). El procedimiento para la aplicación de las penalidades será:

- a) Apercibimiento, multas y clausura;
- b) Los fondos que ingresen en conceptos de multas serán depositados en una cuenta especial y serán destinados en un 20 % para la difusión de esta ley, y el resto para fines sociales.

Las partes intervinientes podrán presentar ante el organismo de control que determine la autoridad de aplicación las denuncias por incumplimiento a las normas del presente régimen.

Art. 7° – *Funciones.* Designase a la Secretaría de Comercio Interior como autoridad de aplicación de la presente ley, que tendrá las siguientes funciones:

- a) Velar por el cumplimiento de la presente ley;
- b) Organizar y mantener actualizado un registro de los establecimientos regidos por esta ley;
- c) Dictaminar sobre todo asunto puesto a su consideración;
- d) Juzgar y sancionar toda infracción o violación a la presente ley;
- e) Las que establezca la reglamentación de esta ley, que solo podrá determinar las funciones de la Secretaría de Comercio Interior y el monto de las multas por incumplimiento detalladas en el artículo precedente.

Art. 8° – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

José L. Ramón.

4

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados, ...

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1° – La finalidad de esta ley es limitar las estrategias comerciales de exhibición de productos en góndolas y locaciones virtuales que por su aplicación tienden a generar exclusiones anticompetitivas dentro del mercado.

Art. 2° – Están obligados a dar cumplimiento con la presente ley los establecimientos definidos por el artículo 1° de la ley 18.425.

Quedan exceptuados del régimen establecido en la presente ley los agentes económicos considerados micro, pequeñas o medianas empresas (pymes), de conformidad con lo previsto en la ley 24.467.

Art. 3° – A los fines de esta ley se entiende por góndola todo mueble, estantería, exhibidor contiguo a la línea de caja, la punta de góndola e islas de exhibición.

Asimismo, se hacen extensivas las disposiciones referidas a góndolas, a las locaciones virtuales que posean los sujetos obligados por la presente ley de forma directa o indirecta, como por ejemplo su página web, aplicación móvil, tiendas de comercio electrónico, o similares.

CAPÍTULO II

Reglas de exhibición de productos

Art. 4° – Queda prohibido generar una exclusión anticompetitiva de proveedores por el alquiler de espacios en góndolas o locaciones virtuales, o espacios preferenciales en góndolas o locaciones virtuales.

En especial será considerada una exclusión anticompetitiva el pago de cánones y/o comisiones impuestas por los sujetos definidos en el artículo 2° de la presente, que por sus características o magnitud obliguen al proveedor a optar por un solo canal de distribución.

Art. 5° – Las góndolas ubicadas dentro de los establecimientos a cargo de los sujetos definidos en el artículo 2° de la presente y las locaciones virtuales del mismo deberán cumplir las siguientes reglas de exhibición de productos:

- a) En góndolas y locaciones virtuales la exhibición de un producto no podrá superar el 15 % del espacio disponible que comparte con productos de similares características y diferente marca;
- b) En góndolas y locaciones virtuales deberá garantizarse un 25 % del espacio disponible para la exhibición de productos producidos por micros y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el registro de “mipymes” y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen; y un 5 % adicional para productos originados por la agricultura familiar, campesina o indígena definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y los sectores de la economía popular, definida por el artículo 2° del decreto 159/2017;
- c) En góndolas los productos de menor precio conforme la unidad de medida deberán encontrarse a una altura equidistante entre el primer y último estante. En locaciones virtuales, deberá garantizarse que los productos de menor precio conforme la unidad de medida se publiquen en la primera visualización de productos de la categoría en cuestión;

- d) En las islas de exhibición y exhibidores continguos a las cajas se deberán presentar productos producidos por micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el registro de "mipymes" y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen en un 50 %;
- e) En góndolas y locaciones virtuales la exhibición de productos importados no podrá superar el porcentaje que determine la autoridad de aplicación del espacio disponible para cada categoría de productos. El porcentaje será determinado en función de la capacidad de la industria nacional de satisfacer la demanda de productos, buscando fomentar el crecimiento de la misma.

Art. 6° – Para el cumplimiento de los cupos establecidos por los incisos b), d) y e) del artículo 5°, no podrá utilizarse productos de marcas licenciadas por los mismos grupos comerciales o de empresas vinculados y/o controlados por estos.

Art. 7° – Los productos producidos por micro y pequeñas empresas nacionales y aquellos originados por la agricultura familiar, campesina o indígena y los sectores de la economía popular, que sean ofrecidos en virtud de la presente ley, deben estar destacados en las góndolas y locaciones virtuales con un isologotipo que diseñe la autoridad de aplicación que expresa la leyenda "Compre Nacional. La diferencia entre un producto importado y uno nacional es un puesto de trabajo" e indicar el número de la presente ley.

Art. 8° – Los sujetos indicados en el artículo 2° se encuentran obligados a garantizar la reposición en tiempo y forma de los productos protegidos por la presente ley a su propio costo.

Art. 9° – Las asociaciones, cámaras empresariales, cooperativas de la economía popular que nucleen a los sujetos que producen los alimentos comprendidos en la presente ley, así como las asociaciones de consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores podrán fiscalizar el cumplimiento de la presente en carácter de colaborador ad honorem del órgano de control previo convenio institucional de las partes, registro y capacitación de las personas habilitadas para tal fin.

Art. 10. – Las disposiciones de la presente ley son de orden público. Solo podrá eximirse del cumplimiento de los topes establecidos en el artículo 5° de la presente en aquellos casos donde la autoridad de aplicación disponga la imposibilidad fáctica de ofertar los productos que esta ley busca fomentar.

Antes de determinar como desierta la oferta de productos en determinados segmentos, deberán publicarse en el Portal de Compras Públicas de la República Argentina por 60 días productos, precios, demanda anualizada asegurada y requisitos de abastecimiento a fin de garantizar la búsqueda de nuevos proveedores. La ausencia de proveedores permitirá el incumplimiento

parcial de la presente ley hasta tanto no se presente un nuevo proveedor a satisfacer la demanda de las cadenas de comercialización.

CAPÍTULO III

Autoridad de aplicación, procedimiento y sanciones

Art. 11. – Será la autoridad nacional de aplicación de esta ley la que determine el Poder Ejecutivo nacional.

Art. 12. – Serán de aplicación las normas referidas a procedimientos y sanciones establecidas en la ley 27.442.

Los fondos recaudados en virtud de la aplicación de multas pecuniarias por incumplimientos de la presente ley serán asignados por la autoridad de aplicación conforme la siguiente distribución:

- a) 70 % para el fomento publicitario del comercio de alimentos nacionales bajo esta ley. A su vez, de dicho monto el 50 % del presupuesto será aplicado en medios de comunicación masivos y 50 % en medios de comunicación pymes y cooperativos;
- b) 30 % del total de las multas aplicado para un fondo de desarrollo de las pymes, cooperativas y alimenticias vía créditos a tasa variable según la inflación del IPC INDEC más costos administrativos del Banco Nación.

CAPÍTULO IV

Disposiciones finales

Art. 13. – 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, 27.442, 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. 14. – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

*Juan Cabandié. – Carlos D. Castagneto. –
Mayra S. Mendoza. – Laura Russo.*

5

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados, ...

ACCESO DE PRODUCTORES Y BIENES PRODUCIDOS POR LA ECONOMÍA POPULAR A GÓNDOLAS EN GRANDES SUPERFICIES DE VENTA

Artículo 1° – *Creación.* Créase en la órbita del Ministerio de Desarrollo Social, el Registro de Unidades Productivas de la Economía Popular y Solidaria.

Art. 2° – *Concepto*. A los fines de la presente ley se consideran unidades productivas de la economía popular y solidaria aquellas que mediante el trabajo asociado autogestionado, realizan la producción y/o comercialización de bienes o de servicios, y la distribución y logística de los mismos, adquiriendo alguna de las siguientes formas:

1. Cooperativas en general.
2. Emprendimientos familiares, comunitarios o vecinales.

Art. 3° – La inscripción de las unidades productivas en el registro creado por esta ley es de carácter voluntario. Quienes se inscriban en el registro adquieren el derecho a que sus productos y/o servicios accedan a las superficies de venta contempladas en los artículos 6° y 7° de esta ley.

Art. 4° – Las superficies y plataformas virtuales comerciales dedicadas a la venta contempladas por el artículo 1° de ley 18.425 deben destinar un espacio exclusivo para la comercialización de bienes y/o servicios provenientes de las unidades productivas que se encuentren inscriptas en el registro del artículo 1°.

Las organizaciones comerciales deberán informar al consumidor y/o usuario, mediante carteles exhibidos en forma cierta, clara, detallada y destacada la localización de la oferta de productos de unidades productivas de la economía popular y solidaria.

Art. 5° – Las características del espacio exclusivo de comercialización consignado en el artículo 4°, serán de las siguientes:

- a) Las superficies de venta menores a un mil metros cuadrados (1.000 m²) deberán tener un mínimo de espacio exclusivo en góndola de uno coma veinte metros (1,20 m) lineales, con una altura mínima de uno coma sesenta metros (1,60 m);
- b) Las superficies de venta mayores a un mil metros cuadrados (1.000 m²) deberán tener un mínimo de espacio exclusivo en góndola de tres metros (3 m) lineales, con una altura mínima de uno coma sesenta metros (1,60 m).

Art. 6° – Las organizaciones comerciales y las unidades productivas de la economía popular y solidaria deben convenir por separado e individualmente sus relaciones comerciales mediante contratos de suministro documentados por escrito o por medios electrónicos conforme a la normativa vigente, que contemplen disposiciones que aseguren la aplicación de lo dispuesto en esta regulación.

Art. 7° – Las relaciones comerciales establecidas no deben ser interrumpidas o terminadas abruptamente, sin haber mediado una notificación previa de cualquiera de las partes con una antelación mínima, la cual debe ser previamente establecida en el contrato de suministro; caso contrario se entenderá que la misma no podrá ser menor a sesenta días (60) calendario.

Art. 8° – Los servicios adicionales que las distintas superficies de venta ofrezcan a las unidades productivas deberán ser acordados mediante contratos documentados por escrito o por medios electrónicos conforme a la normativa vigente, los cuales serán independientes del contrato de suministro.

Art. 9° – Se prohíbe a las organizaciones comerciales exigir a las unidades productivas con quienes establecen la relación comercial las siguientes condiciones u obligaciones:

- a) El servicio de reposición externa;
- b) Un tiempo de entrega menor a siete (7) días corridos desde la emisión de la orden de compra;
- c) Bonificaciones, descuentos, reintegros o cualquier otro concepto que implique el pago de servicios motivados en inversiones en publicidad para la difusión de sus productos.

En sus relaciones comerciales con las unidades productivas, las organizaciones comerciales obligadas por la presente ley deberán brindar un trato de no discriminación y en igualdad de condiciones respecto de aquellos proveedores habituales.

Art. 10. – En cada una de las superficies de venta indicadas en el artículo 5° se deberá garantizar la oferta de bebidas y alimentos en una proporción del cincuenta por ciento (50 %) del espacio exclusivo.

Art. 11. – Cada organización comercial obligada debe establecer contratos de suministro con al menos 3 (tres) unidades productivas diferentes inscriptas en el registro.

Art. 12. – Las organizaciones comerciales obligadas por la presente ley deben adquirir los productos para el espacio de comercialización exclusivo, a partir de la compra directa a las unidades productivas inscriptas en el Registro de Unidades Productivas de la Economía Popular y Solidaria.

Art. 13. – La distribución, el transporte y la logística de los productos y servicios solo puede ser realizada por unidades de la economía popular y solidaria inscriptas en el registro conforme al artículo 3° de la presente ley.

Art. 14. – La Subsecretaría de Comercio Interior tendrá las siguientes tareas:

- a) Supervisar los contratos que se realicen entre las distintas superficies comerciales y las unidades productivas presentes en el registro;
- b) Supervisar la existencia de góndolas exclusivas y demarcadas como establece la presente ley.

Art. 15. – Designese como autoridad de aplicación de la presente ley al Ministerio de Desarrollo Social, con facultades para dictar los actos y reglamentos complementarios a la presente medida.

Art. 16. – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Lucila M. De Ponti. – Araceli S. Ferreyra. – Leonardo Grosso. – Silvia R. Horne.