

PROYECTO DE LEY

El Senado y la Cámara de Diputados sancionan con fuerza de ley...

Artículo 1.- Modifíquese el artículo 10 de la ley 24240 el que quedará redactado de la siguiente manera:

ARTICULO 10. — Contenido del documento de venta. En el documento que se extienda por la venta de cosas muebles o inmuebles, sin perjuicio de la información exigida por otras leyes o normas, deberá constar:

- a) La descripción y especificación del bien.
- b) Nombre y domicilio del vendedor.
- c) Nombre y domicilio del fabricante, distribuidor o importador cuando correspondiere.
- d) La mención de las características de la garantía conforme a lo establecido en esta ley.
- e) Plazos y condiciones de entrega.
- f) El precio y condiciones de pago.
- g) Los costos adicionales, especificando precio final a pagar por el adquirente.
- h) Cuando en una relación de consumo la venta de un producto o servicio o grupo de productos o servicios sea beneficiada con bonificaciones, descuentos o promociones, sean estas permanentes, temporarias o transitorias, el beneficio deberá ser detallado en el renglón de la factura de compra correspondiente a cada producto y/o servicio, de conformidad con las disposiciones del art. 33 de la ley 11.683 y las reglamentaciones fiscales aplicables al respecto.

La redacción debe ser hecha en idioma castellano, en forma completa, clara y fácilmente legible, sin reenvíos a textos o documentos que no se entreguen previa o simultáneamente. Cuando se incluyan cláusulas adicionales a las aquí indicadas o exigibles en virtud de lo previsto en esta ley, aquellas deberán ser escritas en letra destacada y suscriptas por ambas partes. Deben redactarse tantos ejemplares como partes integren la relación contractual y suscribirse a un solo efecto. Un ejemplar original debe ser entregado al consumidor.

La reglamentación establecerá modalidades más simples cuando la índole del bien objeto de la contratación así lo determine, siempre que asegure la finalidad perseguida en esta ley.

Artículo 2.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

MARCELA FABIANA PASSO

MONZON ROXANA

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

El artículo 42 de la Constitución Nacional, establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos, a una información adecuada y veraz, a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

La idea motriz del denominado derecho del consumo es defender a la parte débil en la relación de consumo, tal como la define el art. 1° de la Ley 24.240, brindándole las herramientas jurídicas que tiendan a equiparar el estatus del usuario o consumidor con el del proveedor, en la contratación.

Nuestro país ha sido en muchos aspectos pionero en la normativa en la materia, pero la evolución de los negocios y la práctica nos lleva a plantear y replantear reformas que brinden cada vez mayor seguridad jurídica en la contratación, en orden con los estándares internacionales en la materia.

En este orden de ideas, la completa y correcta información al consumidor, y la defensa de las buenas prácticas comerciales componen uno de los puntos cardinales que han de ser seguidos.

Al respecto, las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor actualizadas a 2016 e identificadas como UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1 contienen los denominados Principios para unas buenas prácticas comerciales, que puntualmente en el punto 11 establecen “Los principios que establecen los parámetros de unas buenas prácticas comerciales en las actividades comerciales en línea y fuera de línea con los consumidores son los siguientes: (...)

b) Conducta comercial. Las empresas no deben someter a los consumidores a prácticas ilegales, poco éticas, discriminatorias o engañosas, como las tácticas de comercialización abusivas, el cobro

abusivo de deudas u otra conducta inadecuada que pueda entrañar riesgos innecesarios o perjudicar a los consumidores. Las empresas y sus agentes autorizados deben tener debidamente en cuenta los intereses de los consumidores y la responsabilidad de respetar el objetivo de la protección del consumidor.

c) Divulgación y transparencia. Las empresas deben facilitar información completa, exacta y no capciosa sobre los bienes y servicios, términos, condiciones, cargos aplicables y costo final para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas. Las empresas deben velar por que se pueda acceder fácilmente a esa información, especialmente a los términos y condiciones claves, con independencia del medio tecnológico empleado.”

Siendo responsabilidad del Estado adoptar las medidas necesarias para que así sea, bregando de manera continua por la mayor igualdad jurídica en la relación de consumo.

Así lo establecen las Directrices de la ONU antes citadas, al determinar que “14. Los Estados Miembros deben establecer políticas de protección del consumidor que fomenten: a) Buenas prácticas comerciales (...) c) Información clara y oportuna sobre los bienes o servicios ofrecidos por las empresas y los términos y condiciones de la transacción de que se trate; d) Términos contractuales claros, concisos y fáciles de entender que no sean injustos; e) Un proceso transparente para la confirmación, anulación, devolución y reembolso de las transacciones.”, complementando el concepto con lo previsto en el punto “28. Los Estados Miembros deben alentar a todas las partes interesadas a difundir libremente información exacta sobre todos los aspectos de los productos de consumo”.

De este modo es responsabilidad de este Congreso de la Nación fijar las pautas que aseguren las buenas prácticas comerciales en la relación de consumo, defendiendo al usuario y/o consumidor en tanto parte más débil en la ecuación contractual.

En ese punto, el presente proyecto busca garantizar la información clara y oportuna para la toma de decisiones que exigen las directrices de las Naciones Unidas: una de forma y una de fondo.

Se prevé que la claridad exigida al proveedor tanto en la relación de consumo como en los aspectos fiscales, alcance a las ofertas, beneficios, descuentos y bonificaciones ofrecidos, de tal modo que el detalle del beneficio quede reflejado junto a la facturación de cada producto, y no como un subtotal sin discriminación al finalizar la venta.

Ello permite al consumidor realizar un cálculo por producto sobre la conveniencia o beneficio que le permita optimizar la toma de decisiones de consumo por cada rubro, y no sobre una compra o contratación total que puede o no coincidir en el futuro.

Por todo lo expuesto, solicito a los Señores y Señoras Diputados y Diputadas que me acompañen con su voto en este proyecto.

MARCELA FABIANA PASSO

MONZON ROXANA