



“2025 - Año de la Reconstrucción de la Nación Argentina”

PROYECTO DE LEY

LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS Y EL SENADO DE LA NACIÓN
ARGENTINA

SANCIONAN CON FUERZA DE LEY:

ARTÍCULO 1°.- Se sustituye el artículo 7° de la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTICULO 7°.- Oferta. La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo realizarse de modo claro e inequívoco, utilizando tipología uniforme en todo su texto, detallando la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones. La revocación de la oferta hecha pública es eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los empleados para hacerla conocer. La no efectivización de la oferta será considerada negativa o restricción injustificada de venta, pasible de las sanciones previstas en el artículo 47 de esta ley.”

ARTÍCULO 2°.- Se incorpora el artículo 7° bis a la Ley de Defensa del consumidor ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 7° bis.- Mensaje publicitario. Toda publicidad debe ser transmitida y divulgada de tal forma que el consumidor inmediatamente la identifique como tal, independientemente del medio de comunicación utilizado. El proveedor de productos y servicios debe informar los datos fácticos, técnicos y científicos, que den sustento al mensaje publicitario. Está prohibida toda publicidad engañosa entendida ésta como cualquier modalidad de información, difusión o comunicación de carácter publicitario que sea entera o parcialmente falsa, o que de cualquier otro modo, inclusive por omisión de datos esenciales, sea capaz de inducir a error a los consumidores cuando la provisión de información refiera a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades,

origen, precio, condiciones de comercialización o cualquier otro dato esencial sobre productos y servicios que sean necesarios para decidir una relación de consumo. La carga de la prueba de la veracidad y corrección de la información o comunicación publicitaria, recaerá sobre el anunciante.”

ARTÍCULO 3°.- Se sustituye el artículo 8° de la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 8°.- Efectos de la publicidad. Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor y obligan al oferente. En los casos en que las ofertas de bienes y servicios se realicen mediante el sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, deberá figurar el nombre, domicilio postal y electrónico y número de CUIT del oferente.”

ARTÍCULO 4°.- Se incorpora el artículo 8° ter a la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 8° ter.- Notificación anticipada de modificaciones. Las modificaciones de precios, valores y/o reducción de prestaciones de los servicios que sean establecidas por el proveedor deberán ser informadas en forma cierta, clara y detallada con una antelación mínima de (15) quince días corridos a su entrada en vigencia, caso contrario se tendrán por no convenidas en los términos del Artículo 37°. Las notificaciones deberán efectuarse mediante documento escrito en forma separada de cualquier otra información, dirigido al domicilio postal o electrónico denunciado por el usuario, o por vía electrónica o telefónica en aquellos casos en que ésta fuera la forma de comunicación. En el cuerpo de estas notificaciones deberá incluirse la siguiente leyenda: “Usted podrá optar por rescindir el contrato en cualquier momento antes de la entrada en vigencia del cambio y sin cargo alguno, sin perjuicio de que deberá cumplir las obligaciones pendientes a su cargo. Las modificaciones que resulten económicamente más beneficiosas para el usuario por una reducción de los valores pactados, no requieren notificación anticipada.”

ARTÍCULO 5°.- Se sustituye el artículo 10 de la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 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, domicilio postal y electrónico del vendedor. c) Nombre, domicilio del fabricante, distribuidor o importador cuando corresponda. 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.

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 suscritas 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 6°.- Se sustituye el artículo 10 quáter de la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 10 quáter.- Prohibición de cobro e Imposición de condiciones. Prohíbese el cobro de preaviso, mes adelantado, saldos adeudados, como así también la imposición de fechas determinadas y/o cualquier otro concepto y/o modalidad como condición previa a la baja del servicio, por parte de los prestadores de servicios, incluidos los servicios públicos domiciliarios, en los casos de solicitud de baja del mismo realizado por el consumidor ya sea en forma personal, telefónica, electrónica o similar.”

ARTÍCULO 7°.- Se sustituye el artículo 21 de la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTICULO 21. — Presupuesto. En los supuestos contemplados en el artículo anterior, el prestador del servicio debe extender un presupuesto que contenga como mínimo los siguientes datos: a) Nombre, domicilio postal y electrónico y otros datos de identificación del prestador del servicio; b) La descripción del trabajo a realizar; c) Una descripción detallada de los materiales a emplear. d) Los precios de éstos y la mano de obra; e) El tiempo en que se realizará el trabajo; f) Si otorga o no garantía y en su caso, el alcance y

duración de ésta; g) El plazo para la aceptación del presupuesto; h) Los números de inscripción en el Sistema Impositivo y en el Sistema Previsional.”

ARTÍCULO 8°.- Se sustituye el artículo 33 de la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTICULO 33.- Venta por Correspondencia y Otras. Es aquella en que la propuesta se efectúa por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar y la respuesta a la misma se realiza por iguales medios. No se permitirá la publicación del número postal como domicilio. Los proveedores de bienes y servicios y los consumidores y usuarios que opten por utilizar el medio de comunicación electrónico, deberán constituir un domicilio electrónico, en el que se tendrán por eficaces todas las notificaciones, comunicaciones y emplazamientos que allí se dirijan.”

ARTÍCULO 9°.- Se incorpora el artículo 36 bis a la Ley de Defensa del Consumidor - Ley N° 24.240, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 36 bis.- Identidad del usuario. Las empresas privadas que operan por canales virtuales, incluyendo las entidades financieras (home-banking), están obligadas a adoptar medidas eficaces y suficientes para asegurar la identidad del usuario, junto a un sistema de alertas ante la existencia de movimientos inusuales por fuera de los patrones habituales del consumidor. Asimismo, sus sitios webs deben estar diseñados según parámetros tendientes a lograr la accesibilidad digital de todos los consumidores.”

ARTÍCULO 10.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Ponemos nuevamente en consideración de este honorable cuerpo el presente proyecto de Ley, que fue presentado el día 14 de octubre de 2022 - Exp. 5488-D-2022 y el día 06 de marzo de 2023 – Exp. 0439-D-2023, y atento a la pérdida de Estado Parlamentario venimos a reproducir idénticamente la iniciativa legislativa.

Detallamos abajo los fundamentos que oportunamente tuvimos en cuenta:

El presente proyecto de Ley tiene por objeto modificar disposiciones de la Ley Nacional N° 24.240 “Ley de Defensa del Consumidor”, con el fin de proporcionar herramientas jurídicas que tiendan a dar mayor equiparación al estatus jurídico del usuario o consumidor en relación al proveedor, en su relación de consumo, y a fortalecer los criterios que son la base de la legislación del Consumidor en especial atención al proceso dinámico y en permanente evolución que experimentan las relaciones contractuales y los supuestos de desprotección y de necesidad de amparo que surgen y se modifican en el rol del consumidor y los nuevos medios de contratación.

El avance y el constante progreso de los modos de negociación y contrato del derecho privado, son una realidad indubitada, y en tal marco, es que el encuadre legal de nuestra Ley de Defensa del Consumidor, que aquí busca reformularse, debe ser el objeto de una atenta y expeditiva revisión.

Así las cosas, la modernización de la Ley de Defensa del Consumidor ya es tema de debate y actualmente se ha instalado en la agenda política de nuestro país, siendo de público conocimiento que distintos legisladores y legisladoras de todos los espacios políticos se han manifestado al respecto y presentado proyectos de ley que abarcan aspectos variados, puntuales o más amplios de la Ley 24.240.

Las normas de protección y defensa de los consumidores contemplados en el cuerpo de la Ley 24.240, regulan básicamente y en una definición amplia el denominado derecho del consumo, dando especial énfasis a la defensa de la parte que se considera débil en la relación de consumo, tal como la establece el artículo 1° de la mencionada Ley, y que no es otro que el consumidor, destinatario final del objetivo protectorio de la Ley.

Teniendo en consideración que el mencionado fin tuitivo del consumidor es el Objetivo o la Finalidad clara de la Ley 24.240, es que nos enfrentamos, en nuestro rol de cuerpo

legislador de la nación, a las demandas y requerimientos dinámicos que impone nuestra realidad, y en ese contexto, somos interpelados como legisladores a repensar el marco legal vigente, en miras a brindar y actualizar la seguridad jurídica en la contratación, colaborando en la elaboración de pautas que aseguren las buenas prácticas comerciales en la relación de consumo, proporcionando mayores herramientas en favor de la parte débil del vínculo comercial, haciendo énfasis, cada vez más y como demanda de nuestra realidad, en el creciente porcentaje de contrataciones por medios que hasta hace poco podrían denominarse no convencionales, como son la compra por sitios web, por aplicativos, el pago mediante operaciones financieras realizadas desde distintas plataformas, y todo un nuevo espectro de herramientas que suponen nuevos márgenes que deben ser delimitados, observados, y llegado el caso de ser generadores de eventuales o posibles asimetrías, atendidos por esta Ley para que no sean el sustento o el ámbito de posibles prácticas lesivas para el sujeto protegido por la Ley en cuestión.

En el sentido expuesto, y en honor a la importancia y a la aplicación transversal que se hace de la Ley 24.240 a través todo el Derecho Privado de nuestro país, es que se introducen por esta iniciativa legislativa, una serie de modificaciones parciales e incorporaciones que apuntan específicamente a los nuevos modos de publicidad, oferta, contratación y pago, que se verifican como un dato de la realidad y no paran de crecer al ritmo de la mayor dinámica y vértigo del comercio virtual o digital, y la cada vez más amplia diversidad de relaciones comerciales que pueden encuadrarse como relaciones de consumo, y se desarrollan, ya sea en su comienzo como en su vida posterior, a través de estos medios que ya han pasado a ser medios considerados tan convencionales como los conocidos desde la antigüedad.

Dado entonces el carácter indubitado de estas novedades que se incorporan a las relaciones de consumo permanentemente, y dada también la celeridad con que tales incorporaciones se consolidan como prácticas comerciales, es que nuestro cuerpo legislativo debe atender a la manda constitucional incorporada por el actual artículo 42 de la Constitución Nacional, que 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", disposición ésta que dio marco e impulso programático al cuerpo legal operativo, la Ley de Defensa del Consumidor, cuya virtualidad y efectos debemos mantener actualizados mediante todas las incorporaciones

y modificaciones que sean convenientes a fin de que el régimen protectorio siga existiendo como tal, y no pase a ser un mero régimen de preceptivas y valores civiles sin operatividad real.

En el marco de lo expuesto, el presente proyecto propone modificaciones a la Ley 24.240, en dirección particular a sustituir disposiciones adecuándolas a las necesidades actuales, y haciendo eje puntual sobre la oferta y su contenido (Artículo 7°), efectos de la publicidad (Artículo 8°), contenido del documento de venta (Artículo 10), prohibición de cobro e imposición de condiciones (Artículo 10 quater), presupuesto (Artículo 21), venta por correspondencia y otras (Artículo 33); proponiendo además incorporar preceptos sobre mensaje publicitario (Artículo 7bis), notificación anticipada de modificaciones (Artículo 8ter) y sobre la identidad del usuario (Artículo 36bis), procurando dar mayor seguridad jurídica y actualizando las posibilidades del Consumidor a fin de que las comunicaciones previas y posteriores a una contratación, le sean accesibles y cimenten una barrera de protección certera y no puramente hipotética.

En este contexto, y en cumplimiento de nuestra responsabilidad representativa en este Congreso de la Nación, es que hemos elaborado el presente proyecto, en miras de consolidar y mantener vigente el régimen de protección de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, proporcionando respuestas actuales a los inconvenientes dinámicos que pueden surgir por fuera de la legislación hasta hoy vigente, y que deben ser atendidos, procurando un respaldo legislativo acorde a las demandas de nuestra sociedad.

En este marco solicitamos el acompañamiento de las señoras diputadas y de los señores diputados en la aprobación del presente proyecto de Ley.

Muchas gracias Señor Presidente.

Ana Fabiola Aubone

Diputada Nacional

Walberto Allende

Diputado Nacional