

PROYECTO DE LEY

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

Transparencia al consumidor en la compra de entradas

Artículo 1º. Toda publicidad, promoción, exhibición o comercialización de entradas para espectáculos públicos, recitales, eventos culturales, deportivos, teatrales o similares, deberá exhibir en forma clara, destacada y previa al inicio del proceso de compra el precio final total que el consumidor deberá abonar por cada entrada incluyendo los conceptos aplicables como impuestos, cargos por servicio, comisiones, recargos por uso de plataformas digitales, costos de emisión, impresión, envío u otros de similar naturaleza.

Asimismo, deberá expresar en forma clara y precisa los métodos de pago, formas de financiación indicando su costo financiero y promociones susceptibles de ser aplicables sean bancarías o no.

Artículo 2º. Queda prohibido discriminar en conceptos separados cargos por "service charge", "gastos de gestión", "fee de conveniencia", "gastos administrativos" u otras denominaciones similares que no correspondan a una opción adicional seleccionada voluntariamente por el consumidor.

Artículo 3º. En los casos en que el consumidor elija voluntariamente prestaciones adicionales, el costo de dichas prestaciones deberá ser informado de manera clara, detallada y separada antes de la confirmación de la compra.

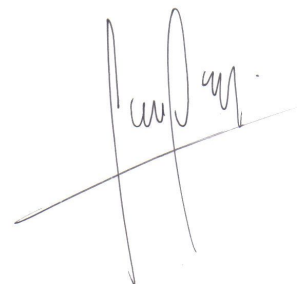
Artículo 4º. La presente ley será de aplicación a todos los medios de publicidad que incluyan el precio de las entradas así como a cualquier canal de comercialización de entradas, sean físicos o digitales, incluyendo plataformas en línea, aplicaciones móviles, call centers, puntos de venta oficiales y terceros autorizados.

Artículo 5°. La presente ley es de Orden Público y su incumplimiento será considerado una infracción a la Ley N.º 24.240 de Defensa del Consumidor y podrá ser sancionado conforme el régimen previsto en dicha norma, sin perjuicio de las acciones individuales y colectivas judiciales o administrativas que pudieran corresponder.

Artículo 6°. La Autoridad de Aplicación será la Secretaría de Comercio Interior de la Nación o el organismo que en el futuro la reemplace, quien deberá fiscalizar el cumplimiento de esta ley e implementar mecanismos administrativos de denuncia accesibles al público.

Artículo 7°. La presente ley rige en todo el territorio nacional. Invítase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a coordinar la implementación en sus territorios de los mecanismos administrativos referidos en el artículo 6° de la presente.

Artículo 8°. Comuníquese al Poder Ejecutivo.



Oscar Agost Carreño
Diputado Nacional

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El presente proyecto tiene como objetivo proteger los derechos de los consumidores ante prácticas abusivas y opacidades en la comercialización de entradas a espectáculos de todo tipo.

La mayoría de los espectáculos, poseen al canal digital como único medio para adquirir una entrada y en la mayoría de los casos, el precio exhibido al elegir la ubicación, varía sustancialmente al momento de completar la transacción toda vez que se agregan otros costos relacionados con el proveedor del servicio de venta.

Está creciente problemática ha generado múltiples reclamos, denuncias y frustración entre usuarios de todo el país.

La presente iniciativa, se enmarca en el artículo 4° y concordantes de la LDC N°24.240 y busca en definitiva garantizar el derecho a la información del consumidor que insufla dicho marco protectorio.

No se busca regular actividad alguna, establecer precios o condiciones, simplemente se trata de que quien vaya a adquirir una entrada, de antemano, al inicio del proceso conozca el costo total.

La venta de entradas —tanto para recitales como para eventos deportivos, teatrales o culturales— se encuentra plagada de cargos adicionales, mal llamados “service charge” o “gastos de gestión”, que no son opcionales, no tienen justificación técnica clara y no están visiblemente informados al inicio del proceso de compra. En muchos casos estos recargos pueden superar el 25% del valor de la entrada, transformando el precio final en un monto sustancialmente más alto del originalmente anunciado.

Esta situación afecta no solo el derecho a una información veraz y clara consagrado en la Ley 24.240, sino también la transparencia del mercado, ya que distorsiona la competencia entre oferentes. El consumidor, por lo general, termina aceptando el cargo porque el evento tiene cupo limitado o por desconocimiento de sus derechos.

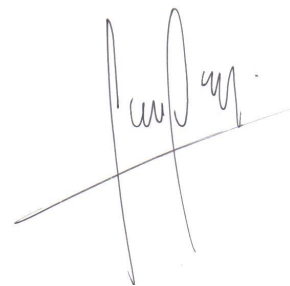
Otros países ya han regulado esta práctica. En Estados Unidos, el Congreso y organismos estatales han comenzado a exigir el "all-in pricing" (precio final todo incluido), y el Poder Ejecutivo de ese país ha impulsado acciones para eliminar los denominados "junk fees".

En la Unión Europea, la Directiva 2011/83/UE sobre derechos de los consumidores establece que deben informarse todos los costos adicionales antes de la contratación.

En Argentina, la actual normativa es insuficiente para abordar este fenómeno, que requiere de una legislación clara que impida el fraccionamiento engañoso del precio y garantice que el consumidor pueda tomar decisiones con toda la información disponible desde el inicio.

Este Congreso tiene la oportunidad de dar respuesta a una demanda social creciente y de poner fin a una práctica sistemática de recargo encubierto que no respeta los principios elementales de protección al consumidor.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares el acompañamiento para la aprobación de esta ley.



Oscar Agost Carreño
Diputado Nacional