



**Diputadas y Diputados de Santa Fe:**

La Comisión de **Presupuesto y Hacienda** ha considerado el Proyecto de **Ley N° 36232 CD-FP-PS** de los Diputados Blanco y Garibaldi, por el cual se establecen las pautas de oferta, exhibición y publicidad de productos de diferentes rubros en góndolas (de Autoservicios, Tiendas de descuento, Supermercados, Hipermercados, Megamercados o las que en el futuro las sustituyan), para fomentar la competencia y la reducción de distorsiones de precios en las ventas minoristas; que cuenta con dictamen de la Comisión de Industria, Comercio y Turismo; y, por las razones expuestas en los fundamentos y las que podrá dar el miembro informante, esta Comisión aconseja la aprobación del siguiente texto, que a continuación se transcribe:

**LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE SANTA FE**

**SANCIONA CON FUERZA DE**

**L E Y :**

**“Fomento de la competencia en góndolas y  
de reducción de distorsiones de precios en las ventas minoristas”**

**ARTÍCULO 1 – Finalidad.** La presente ley procura establecer pautas de oferta, exhibición, y publicidad de productos de diferentes rubros en góndolas (de autoservicios, tiendas de descuento, supermercados, hipermercados, megamercados, o las que en el futuro las sustituyan), para fomentar la competencia y la reducción de distorsiones de precios en las ventas minoristas.

**ARTÍCULO 2 - Alcance.** La presente ley es de aplicación obligatoria para todos los establecimientos definidos por el artículo 1° de la Ley Nacional N° 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 el artículo 2 de la ley 24.467.

Los establecimientos comprendidos deberán observar lo establecido en la presente,



sin perjuicio de las facultades que se le reconocen por el resto de la legislación pertinente a los municipios y demás organismos para intervenir sobre la materia de lealtad comercial, defensa de la competencia y de los consumidores.

**ARTÍCULO 3 - 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, incluidos 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.

**ARTÍCULO 4 - Objetivos.** La presente ley tiene por objetivos:

- a) Contribuir a que el precio de los productos alimenticios sea transparente y competitivo, y no se vea afectado por distorsiones intencionales en perjuicio 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; y,
- c) favorecer, estimular, promocionar y vender productos de origen local, y ampliar la oferta de productos alimenticios artesanales y/o regionales, producidos por las micro, pequeñas y medianas empresas ("MiPyMES") registradas.

**ARTÍCULO 5 - Estímulo a la competencia.** A los fines de estimular la competencia de productos, los sujetos indicados en el artículo 2, estarán obligados a que para



cada categoría de productos se cumpla con las disposiciones siguientes:

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

**ARTÍCULO 6.- 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 art. 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 30% (treinta por ciento) del espacio disponible que comparte con productos de similares características y diferente marca;
- 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 de origen local, elaborados por micros, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), en las mismas góndolas y con las mismas condiciones de promoción que para las demás empresas o marcas proveedoras.

Se considerarán de origen provincial cuando sean productos originarios del territorio provincial, o productos industriales manufacturados en la Provincia.

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.



**ARTÍCULO 7 - Lista de productos comprendidos.** La Autoridad de Aplicación de la presente Ley, deberá -en el lapso de TREINTA (30) días de promulgada- confeccionar un listado de las distintas categorías de productos comprendidos, 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.

**ARTÍCULO 8 - Incumplimiento por falta de competencia.** En caso que para una determinada categoría de productos, por cuestiones de índole técnico las disposiciones del Artículo 4 sean de imposible cumplimiento, la Autoridad de Aplicación 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.

Cuando no puedan cumplir transitoriamente con lo que establece el Artículo 4, deberán informar a la Autoridad de Aplicación 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.

**ARTÍCULO 9 -** Las micros, pequeñas y medianas empresas que adhieran a esta Ley deberán estar inscriptas en el registro que la Autoridad de Aplicación disponga. Aquellas que no se encuentren registradas en los mismos, tendrán un período de gracia de 90 días para cumplimentar su inscripción en legal forma.

A los efectos de esta Ley, una MiPyME será considerada de origen provincial, si constituye domicilio legal y real en la provincia de Santa Fe y/o tiene asiento de producción en la misma.

Las Uniones Transitorias de Empresas, serán consideradas de origen provincial cuando cumplan con las disposiciones del párrafo anterior y al menos el cincuenta y uno por ciento (51 %) de su patrimonio esté integrado por ellas.



**ARTÍCULO 10 - Reducción de costos por límites a los abusos de posición**

**dominante.** A los fines de reducir los costos para los proveedores descritos en el Artículo 9, 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 SESENTA (60) 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 2 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 sólo 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 2 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; y,
- d) en la negociación de precios entre los sujetos indicados en el Artículo 2 y el proveedor de uno o varios productos determinados no podrán interponerse las condiciones o variaciones de los precios de terceros proveedores.

**ARTÍCULO 11 - Sanciones por retaliaciones.** En caso de sufrir retaliaciones o represalias por la aplicación de las medidas dispuestas en la presente Ley, los proveedores podrán denunciar a los sujetos indicados en el Artículo 2 ante la Autoridad de Aplicación, quien podrá efectuar las sanciones que se establecen en el



artículo 13.

**ARTÍCULO 12 - Difusión. Denuncias.** La Autoridad de Aplicación deberá difundir en medios provinciales 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.

**ARTÍCULO 13 - Plazo.** Los establecimientos contemplados en el Artículo 2 tendrán un plazo de CIENTO VEINTE (120) días a partir de la promulgación de la presente Ley para hacer las modificaciones que sean necesarias e implementar las disposiciones de la presente ley.

**ARTÍCULO 14 - Sanciones.** En caso de incumplimiento a las disposiciones de la presente Ley, la Autoridad de Aplicación aplicará las sanciones que se encuadren dentro de su órbita de competencia. Las mismas podrán constar en: Apercibimiento, Multas y/o Clausura. Los fondos que ingresen en conceptos de multas serán depositados en una cuenta especial, y serán destinados a la difusión de esta Ley.

**ARTÍCULO 15 - Autoridad de Aplicación.** Será el Ministerio de Producción, o el que el futuro lo reemplace, y tendrá las funciones que se determinen en la reglamentación de la presente ley, además de las siguientes:

- a) Velar y ejercer control para 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) establecer sanciones y monto de multas para toda infracción a la presente ley; y,
- e) suscribir convenios de colaboración, promoción y fomento de las disposiciones contenidas en la presente ley con los Municipios y Comunas de nuestra Provincia,



## CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE SANTA FE

Oficinas Municipales de Información al Consumidor, y Asociaciones de consumidores constituidas como personas jurídicas.

**ARTÍCULO 16 - Municipios y Comunas.** Invitase a los Municipios y Comunas de la provincia a adherir en lo pertinente a los términos de la presente ley.

**ARTÍCULO 17 - Oficinas Municipales de Información al Consumidor.** Invitase a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor, en el marco de las facultades convenidas con la Dirección General de Comercio Interior y Servicios, dependiente del Ministerio de la Producción de la provincia, a difundir, promover y velar por el cumplimiento de los objetivos de la presente ley.

**ARTÍCULO 18 - Asociaciones de Consumidores.** La Autoridad de Aplicación deberá convocar a las asociaciones de consumidores constituidas como personas jurídicas, que tengan como finalidad la defensa, información y educación del consumidor, y cumplan los requisitos establecidos en los artículos 56 y 57 de la Ley 24.240, a difundir, promover y velar por el cumplimiento de los objetivos de la presente ley.

**ARTÍCULO 19 - Aplicación supletoria.** Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, en particular las Leyes Nº 24.240 de "Defensa del Consumidor", Nº 27.442 de "Defensa de la Competencia", y la Ley Nº 22.802 de "Lealtad Comercial" 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.

**ARTÍCULO 20 - Comuníquese al Poder Ejecutivo.**



**CÁMARA DE DIPUTADOS  
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE**

**SALA DE LA COMISIÓN, 27 de noviembre de 2019.**

**FIRMANTES: JULIAN GALDEANO, CLARA GARCÍA, JOAQUÍN BLANCO,  
EDGARDO MARTINO, CLAUDIO PALO OLIVER, CESIRA ARCANDO Y FEDERICO  
ANGELINI.**