



DEFENSA DE LA COMPETENCIA

LEY DE GÓNDOLAS

El 17 de marzo se publicó en el Boletín Oficial la Ley N° 27.545 (la “Ley de Góndolas”), que busca regular la oferta, exhibición y distribución de productos en góndolas de los supermercados y en tiendas virtuales para cumplir con cuatro objetivos:

- Proteger la competencia
- Contribuir a que los precios sean transparentes y competitivos, en beneficio de los consumidores
- Ampliar la oferta incluyendo y protegiendo la actividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs)
- Fomentar la oferta de productos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena

Las disposiciones de esta ley son de orden público y se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo y de la competencia (leyes No 24.240 de Defensa del Consumidor, 27.442 de Defensa de la Competencia y Decreto 274/2019 sobre Lealtad Comercial y sus complementarias).

Sin perjuicio de que la Ley de Góndolas aún no fue reglamentada, dispone que los sujetos alcanzados por la norma tendrán un plazo de 120 días corridos a partir de su promulgación para hacer las modificaciones que sean necesarias e implementar sus disposiciones.



1. Alcance y definiciones de la ley

Definiciones

Góndolas

Todo espacio físico, mueble, estantería, en los que se ofrecen productos de similares características, incluidos las puntas de góndola.

No incluye: los congeladores exclusivos, islas de exhibición y los exhibidores contiguos a la línea de caja.

Locaciones virtuales

Páginas web, aplicaciones móviles, tiendas de comercio electrónico o similares.

Sujetos alcanzados

Incluidos

Supermercados, autoservicios, cadenas de negocios minoristas y organizaciones mayoristas de abastecimiento y otros (artículo 1 de la ley 18.425).

Exceptuados

Tiendas cuya facturación sea equivalente a la de las micro, pequeñas o medianas empresas (MiPyMEs) - Ley 24.467.

Productos alcanzados

La autoridad de aplicación (a ser determinada por el Poder Ejecutivo) deberá confeccionar un listado de las distintas categorías de productos alcanzados por la ley, que incluya mínimamente estos productos:

- Alimentos
- Bebidas
- Productos de higiene personal
- Artículos de limpieza del hogar

2. Cadena de comercialización

Relación entre los proveedores y los establecimientos de ventas

Plazo máximo de pagos a las MiPyMEs: no podrá superar los 60 días corridos.

Intereses: los proveedores podrán aplicar intereses utilizando la Tasa Activa del Banco Nación.

Adelantos: No podrán exigirles a los proveedores aportes o adelantos financieros por ningún motivo, ni podrán aplicar a los proveedores retenciones económicas o débitos unilaterales;

Condición de entrega: En la negociación contractual, 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.

Condición de precios y costos:

Precios y costos: En la negociación de precios, no podrán interponerse las condiciones o variaciones de los precios de terceros proveedores. Está prohibido exigir a los proveedores los costos de distribución inversa o de reposición de los productos. 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.

Por escrito: Las obligaciones contractuales o sus modificaciones deberán formalizarse por escrito.

Información sensible: 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.



Código de buenas prácticas comerciales de distribución mayorista y minorista

El Código será confeccionado por la autoridad de aplicación y será obligatorio para los sujetos alcanzados por la ley que tengan una facturación bruta anual superior a 300.000.000 unidades móviles de la ley 27.442 (a la fecha AR\$ 12.183.000.000), considerando la facturación de todo el grupo económico.

Las empresas no incluidas en el párrafo anterior podrán adherirse voluntariamente mediante el procedimiento que la autoridad de aplicación establezca.

El Código deberá:

- Incluir las prácticas consideradas abusivas conforme esta ley y las que surjan de la normativa vigente de lealtad comercial, defensa de la competencia y de los consumidores
- Disponer la designación de un responsable corporativo de cumplimiento del Código y la notificación del nombramiento a los proveedores y a la autoridad de aplicación
- Disponer para los contratos de un procedimiento alternativo de resolución de conflictos, que podrá ser la mediación privada y/o el arbitraje
- Disponer la remisión en forma periódica a la autoridad de aplicación de la información requerida sobre el cumplimiento del Código y la que corresponda al Observatorio de la Cadena de Valor creado por la 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.

Régimen especial de contratación con proveedores de productos regionales

- No podrán acordarse plazos de pago superiores a 40 días corridos
- Deberán establecerse esquemas flexibles y acordes al sector para la entrega de productos
- Deberán establecerse facilidades en los requisitos para la contratación, distribución y comercialización
- Los proveedores podrán aplicar intereses utilizando la Tasa Activa del Banco Nación en caso de pagos realizados fuera de término, siempre y cuando no existan razones legales y fundamentadas para el incumplimiento





3. Reglas de exhibición, sanciones y control de cumplimiento

Reglas de exhibición de productos

1 | Los productos de menor precio por unidad de medida deberán encontrarse a una altura equidistante entre el primer y último estante de la góndola.

2 | 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.

3 | Debe garantizarse un 25% del espacio disponible para productos de similares características y diferente marca para la exhibición de productos elaborados por MiPYMEs nacionales y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales y un 5% adicional para productos originados por la agricultura familiar, campesina o indígena.

4 | Los productos de un proveedor o grupo empresario no podrán superar el 30% del espacio disponible que comparten con productos de similares características. La participación deberá involucrar a no menos de cinco proveedores o grupos empresarios.

5 | Los productos de marcas licenciadas por los mismos grupos comerciales o de empresas vinculadas o controladas por éstos serán considerados de una única marca.

6 | En las islas de exhibición y exhibidores contiguos a las cajas se deberán presentar en un 50% del espacio productos elaborados por MiPYMEs nacionales.

7 | Los productos importados no podrán superar el porcentaje del espacio disponible para cada categoría de productos determinado por la autoridad, en función de la capacidad de la industria nacional de satisfacer la demanda de productos.

8 | Los productos nacionales producidos por MiPYMEs, los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena que sean ofrecidos en virtud de la ley deben estar destacados en las góndolas y locaciones virtuales con un isologotipo que diseñe la autoridad, que exprese la leyenda 'Compre MiPYMEs ' e indique el número de la ley.

9 | Se prohíbe la 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 que por sus características o magnitud obliguen al proveedor a optar por un solo canal de distribución.



Sanciones y procedimientos

- 1** | Serán aplicables las normas referidas a procedimiento y sanciones establecidas en el régimen de lealtad comercial, sin perjuicio de las demás sanciones que pudieren corresponder conforme el procedimiento de las leyes No 27.442 o 24.240.
- 2** | Si el incumplimiento afectara a los consumidores, también podrán iniciarse las denuncias ante las autoridades de aplicación de protección al consumidor.
- 3** | En casos donde para una determinada categoría de productos sea transitoriamente imposible cumplir los límites mínimos establecidos en la ley, las empresas deberán informar a la autoridad, en un plazo que no podrá superar los 30 días (prorrogables por única vez por igual plazo), las razones fundadas para dicho incumplimiento y el plazo esperado para ajustarse a lo dispuesto en la ley.
- 4** | Antes de determinar cómo desierta la oferta de productos en determinados segmentos, deberán publicarse en el portal web que determine la reglamentación por el plazo de 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.
- 5** | La autoridad de aplicación deberá habilitar una línea telefónica gratuita para recepción de denuncias de falta de competencia para consumidores y asociaciones de consumidores.



Control del cumplimiento

Observatorio de la Cadena de Valor

Se crea el Observatorio de la Cadena de Valor en el ámbito de la autoridad de aplicación. El Observatorio:

- Requerirá y recopilará información relevante de las diferentes instancias de los procesos de producción de los productos alcanzados por la Ley en el ámbito de la República Argentina
- Tendrá como función el seguimiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena de valor de los productos alcanzados por la Ley
- Asesorará a los órganos de la administración pública involucrados

Fiscalización ad honorem

Las asociaciones, cámaras empresariales, cooperativas y otros que nucleen a quienes participan en la producción y comercialización de los productos comprendidos en la ley y las asociaciones de consumidores podrán fiscalizar el cumplimiento de la ley en carácter de colaborador ad honorem, previo convenio institucional de las partes que prevea el registro y capacitación de las personas habilitadas. Estos sujetos quedarán legitimados para promover denuncias por el incumplimiento de la ley.

Para acceder al texto completo de la Ley, haga [clic aquí](#).

Para mayor información no dude en contactarse con:

MARCELO A. DEN TOOM

marcelo.dentoom@bomchil.com
T: (54 11) 4321 7526

GABRIELA CASTILLO ARECO

gabriela.castilloareco@bomchil.com
T: (54 11) 4321 7986

Av. Corrientes 420 · C1043AAR
Buenos Aires · Argentina
T. +54 11 4321 7500 · contacto@bomchil.com
www.bomchil.com