

PROYECTO DE LEY

Art. 1º- Objeto. El objeto de la presente Ley es establecer un marco de referencia que regule diferentes acciones de promoción de ventas al público minorista.

Art. 2º- A los efectos de la presente Ley, se consideran actividades de promoción de ventas, las ventas en "Liquidación de temporada", las ventas por "Cierre definitivo", las ventas en "Oferta", y las ventas de "SalDOS".

Art.3º- En todas las actividades de promoción de ventas descritas por el Art. 2º de la presente Ley, se deberá utilizar el idioma español. En caso de utilizar otro idioma, deberá incorporarse la traducción respectiva al español, con la misma tipografía y tamaño de letra.

Art. 4º- En todos los casos de rebajas de precios, la mercadería deberá estar marcada con el precio anterior y el precio rebajado, ambos en forma claramente legible. Se entiende por precio anterior el que hubiese sido aplicado a productos idénticos durante un período continuado de por lo menos un mes en forma inmediatamente anterior al momento de la rebaja en cuestión.

Art 5º- El anuncio de diferentes niveles de rebajas, se publicará mediante un porcentaje cierto en cada caso. En los casos que se ofrezcan diferentes porcentajes de descuento, el local deberá sectorizar y señalar en forma destacada, los artículos que correspondan a cada uno de ellos.

Art. 6º- Cuando se ofrezcan en forma simultánea productos en distintas acciones de promoción de ventas, éstos deberán ubicarse en forma separada de modo tal que no exista confusión entre los que son objeto de una u otra acción promocional, dada la distinción de dichos conceptos establecidos en la presente Ley.

Art. 7º- Cualquier acción equivalente a cada una de las acciones de ventas descritas en la presente Ley, que sea anunciada al público con un texto diferente pero de similar efecto, será de aplicación el presente régimen.

Art. 8º -No se podrán anunciar al público por ningún medio, porcentajes de rebaja que correspondan a artículos que no posean existencia real en el local de venta.

Art. 9º- En ningún caso el comerciante minorista podrá invocar su condición de fabricante, "precios de fábrica" o similar, a menos que fabrique realmente la totalidad de los artículos que comercialice en ese local.

Liquidaciones de Temporada

Art. 10º - A los efectos de la presente Ley, se consideran "Liquidaciones de Temporada" aquellas que se realicen exclusivamente al cierre de las temporadas estival e invernal. Se podrán anunciar únicamente como "Liquidación" o como "Liquidación de fin de temporada".

Art. 11º- En la Liquidación de Temporada, la mercadería expuesta en liquidación corresponderá exclusivamente a esa temporada.

Las liquidaciones de temporada, sólo podrán llevarse a cabo dentro de los siguientes períodos:

- a) **Liquidación de temporada estival:** entre el 1º de febrero y el 31 de marzo de cada año.
- b) **Liquidación de temporada invernal:** entre el 1º de agosto y el 30 de septiembre de cada año.

No se podrán poner a la venta en circunstancia de la liquidación de temporada, productos dañados o con defectos de producción.

Liquidaciones por cierre definitivo o traslado

Art 12º- A los fines de esta ley, se entiende por "Liquidaciones por cierre definitivo o traslado" aquellas que se realicen exclusivamente antes del cierre definitivo o traslado de un local. Las liquidaciones por cierre definitivo o traslado podrán llevarse a cabo en cualquier época del año, por un período que no podrá superar los 2 (dos) meses.

En caso de que por alguna circunstancia extraordinaria se postergue el cierre, sólo podrá por una única vez extenderse o programar un nuevo período de liquidación por 1 (un) mes.

Art. 12º- Cuando se anuncie o publicite por cualquier medio la liquidación por cierre definitivo o traslado, deberá especificarse el motivo, conjuntamente con la fecha de inicio y la fecha de cierre de la liquidación.

Art. 13º- Los artículos o las mercaderías incluidos en esta acción de ventas, no podrán haber sido adquiridos o incorporados al local, dentro del período de liquidación.

Ofertas

Art 14º- Según esta ley se denomina "ofertas" a aquellas acciones promocionales que se pongan en práctica dentro de un local de ventas, ofreciendo rebajas de precios o condiciones de venta más favorables.

Estas acciones podrán realizarse en cualquier momento del año, por razones de comercialización o estratégicas.

Art 15º- La mercadería destinada a esta acción promocional, deberá ocupar un espacio predeterminado y deberá señalizarse en forma destacada la rebaja o característica de la oferta en cuestión. Los productos en oferta deberán ser de primera calidad y no podrán estar deteriorados o ser de peor calidad que los productos regulares ofrecidos en el local.

Saldos

Art 17º- Se denomina "saldos" a todos aquellos artículos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, defecto de producción o por tratarse de productos discontinuos. No se podrán poner a la venta saldos cuya venta implique riesgo o engaño al comprador.

Art 18º- En el caso de los productos con deterioro o defecto de producción se deberá indicar claramente la falla.

Art 19º- En caso de incumplimiento de cualquiera de los artículos de la presente, se aplicará lo dispuesto por el Código de Faltas, aprobado por Ley 451, Sección 3, Capítulo I, artículo 1.3.4 Publicidad engañosa.

Art. 20º- Comuníquese, etc

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Muchos consumidores vienen manifestando últimamente su disconformidad con los anuncios de liquidaciones de temporada que cada vez aparecen en forma más prematura. La razón es que si bien los descuentos pueden aparecer tentadores, suele ofrecerse poca mercadería de primera calidad o de la temporada corriente, pocos talles, saldos con fallas y hasta remanentes de stocks de otros años durante los dos primeros meses pico.

Si pensamos que en nuestro país el verano o por lo menos, el clima de verano, se extiende hasta bien entrado el mes de marzo y a veces hasta abril, tal como el clima de invierno se extiende hasta bien entrado agosto y eventualmente septiembre, resulta por lo menos curioso, que apenas comenzado el verano o apenas comenzado el invierno, ya se estén anunciando liquidaciones "por fin de temporada".

"A pesar de que sólo transcurrieron 25 días del comienzo del verano, casi todas las vidrieras en los shoppings y en las avenidas de zonas comerciales ya tienen carteles que indican que comenzaron la liquidación de su mercadería", dice La Nación.com.

Esta situación, que sólo aparenta hacer más difícil la compra al consumidor, también perjudica a aquellos comercios pequeños que esperan vender sus productos de temporada al precio normal por lo menos durante los dos primeros meses de la temporada y sin embargo quedan descolocados frente a otros comercios de mayor envergadura que están en condiciones de "liquidar" a las pocas semanas de iniciada la temporada.

Ejemplos como éstos hay otros, no sólo en relación con la temporada de liquidaciones sino también por la forma en que se comercializan otras acciones de ventas con descuento. Por ejemplo, muchos consumidores se sientan engañados cuando se anuncian altos porcentajes de descuentos, que en determinados casos llegan hasta el 70 %, pero que al ingresar al local no se encuentra ningún producto con ese descuento.

Existen también variadas formas de anunciar descuentos en las épocas de rebajas, pero muy pocas quedan claras y son verdaderamente cumplibles por parte del comercio. Locales de venta con eternos carteles de "Nos Vamos" o "Liquidación Final", simplemente con el propósito de atraer clientes, que permanecen en esa situación año tras año; anuncios en inglés tales como "Sale", "Off", etc. que no muchos pueden ni deben entender, ofertas que no son tales, saldos sin identificar como mercaderías deterioradas o imperfectas y comerciantes que previo a la liquidación aumentan sus precios para luego mostrarlos rebajados.

El objetivo de la presente Ley, es poner un marco regulatorio que transparente las acciones promocionales y que el consumidor sepa realmente que va a comprar y en que condiciones. Según declaraciones de Susana Andrada del Centro de Educación al Consumidor (CEO) a Infobae.com "...las liquidaciones son engañosas hasta que no haya un marco legal que lo ampare y lo encuadre dentro de un contexto de conocimiento de parte del consumidor".

Sr. Presidente, espero que con esta iniciativa podamos cubrir ese vacío y que el cuerpo legislativo me acompañe en la sanción de la presente Ley.