

VERSION PRELIMINAR SUSCEPTIBLE DE CORRECCION UNA VEZ
CONFRONTADO CON EL ORIGINAL IMPRESO

(S-2727/13)

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados,...

ARTICULO 1º: Modifíquese el artículo 9 bis de la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802 del CAPITULO III, De la Publicidad y Promoción Mediante Premios, introducido por ley 25.954 y modificado por ley 26.176, por el siguiente:

ARTICULO 2º: Artículo 9º bis: En todos aquellos casos en los que surgieran del monto total a pagar diferencias menores a CINCUENTA (50) centavos y fuera imposible la devolución del vuelto correspondiente, la diferencia será siempre a favor del consumidor.

En todo establecimiento en donde se efectúen cobros por bienes o servicios será obligatoria la exhibición de lo dispuesto en el párrafo precedente, a través de carteles o publicaciones permanentes, cuyas medidas no serán inferiores a 15 cm por 21 cm.

ARTICULO 3º: Los establecimientos tendrán TREINTA (30) días a partir de la promulgación de la presente, para cumplimentar lo preceptuado en el segundo párrafo del artículo anterior.

ARTICULO 4º: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Laura G. Montero.-

FUNDAMENTOS

Sr. Presidente:

En el año 2004 fue sancionada la Ley 25.954 la cual incorporó a la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802, el Artículo 9 bis, el cual dispone que en el caso de diferencias menores a cinco (5) centavos, cuando el vuelto fuere imposible de entregar, la diferencia es a favor del consumidor.

Esta norma tuvo como fundamento constituirse en una herramienta válida para defender la estabilidad de nuestra economía, los derechos del consumidor y la recaudación nacional.

Tiene como argumento la práctica comercial cotidiana y diaria que denota que las monedas de 1 centavos van perdiendo su circulación y con ello su uso.

Luego de 9 años de su sanción, en la actividad comercial la misma situación se plantea, pero ya no con las monedas de 1 centavos sino con las de cinco (5) o bien con las de diez (10) centavos, las cuales ya no tienen casi circulación por su escaso o casi nulo poder adquisitivo.

La escasez de monedas en el circuito comercial y la pérdida del valor de cambio del peso, acrecentada en el valor representativo de las monedas, el cual es casi nulo, ha puesto en práctica la mala costumbre de efectuar el "redondeo" u otras prácticas como otorgar mercaderías de poco valor en forma compulsiva para cubrir la diferencia.

Esto trae aparejado una distorsión un sobreprecio en los valores de los bienes de consumo diario, ya que el referido redondeo en la mayoría de los casos se efectúa en más y casi nunca en menos o bien una sobreventa para el comerciante basada en la necesidad e inexperiencia del consumidor.

Manifestaciones de esta práctica se ven cotidianamente en ofertas, en donde artículos que se publicitan con noventa y cinco centavos (\$95/100) en adelante; siempre se terminan cobrando con el peso directamente, generalizándose esta situación a todos aquellos casos en los que los montos a pagar presentan diferencias menores a cincuenta (50) centavos.

Lo expuesto anteriormente, no sólo implica un problema para los consumidores sino también una evasión directa a las arcas fiscales ya que en los tickets figura el valor exacto de la compra por lo que la diferencia constituye un ingreso que el Estado Nacional deja de percibir.

Señor presidente el objetivo de esta propuesta es doblemente beneficioso ya que se están resguardando los derechos del consumidor a la vez que se protegen los recursos del fisco nacional.

Por los motivos expuestos es que solicito a mis pares me acompañen en el presente proyecto.

Laura G. Montero.-