


CONGRESO DE LA NACIÓN

*República Argentina*

LEY 27.545 · 2020

# LEY DE GONDOLAS

Boletín Oficial, 17 de marzo de 2020 · 22 artículos

*Texto original, como se publicó*

# ÍNDICE

*Ley de Gondolas*

*LEY DE GÓNDOLAS*

*Ley 27545*

*Disposiciones.*

*El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:*

ARTÍCULO 1°. *Objetivos.*
La presente ley tiene por objetivos:

a) Contribuir a que el precio de los productos alimenticios, bebidas, de higiene y limpieza del hogar sea transparente y competitivo, en beneficio 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;

c) Ampliar la oferta de productos artesanales y/o regionales nacionales producidos por las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) y proteger su actuación;

d) Fomentar a través de un régimen especial, la oferta de productos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y de la economía popular, definido por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, y los productos generados a partir de cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321.

ARTÍCULO 2°. *Autoridad de aplicación.*
El Poder Ejecutivo nacional designará la autoridad de aplicación de la presente ley.

ARTÍCULO 3°. *Sujetos alcanzados.*
Están obligados a dar cumplimiento a la presente ley los establecimientos definidos por el artículo 1° de la ley 18.425.

Quedan exceptuados del régimen establecido en la presente ley los agentes económicos cuya facturación sea equivalente a las micro, pequeñas o medianas empresas (mipymes), de conformidad con lo previsto en el artículo 2° de la ley 24.467.

*( Nota Infoleg : por art. 1° de la Resolución N° 110/2021 de la Secretaría de Comercio Interior B.O. 28/01/2021 se establece que los sujetos alcanzados por el presente artículo, que posean salones de venta presencial al público con una superficie de comercialización igual o superior a los OCHOCIENTOS (800 m2) metros cuadrados, para los productos incluidos en el Artículo 3º de la norma de referencia, se encuentran obligados al cumplimiento de las disposiciones contenidas en la citada ley. Se considerará superficie de comercialización al espacio de venta presencial de los productos incluidos en el Artículo 3º de la norma de referencia, incluido desde la línea de cajas destinado a la exhibición en góndolas, islas de exhibición, exhibidores contiguos a cajas y congeladores exclusivos, así como también al espacio para la circulación y acceso de las y los consumidores. Se exceptúan de la superficie de comercialización los espacios de uso exclusivo del personal del establecimiento, los depósitos de mercaderías, las góndolas e islas de exhibición que contengan productos no incluidos en el Artículo 3º de norma de referencia y todo espacio vedado al acceso de las y los consumidores. Vigencia: a partir del día de su publicación en el Boletín Oficial)*

ARTÍCULO 4°. *Productos alcanzados.*
Esta ley será aplicable exclusivamente respecto de la comercialización de alimentos, bebidas, productos de higiene personal y artículos de limpieza del hogar. La autoridad de aplicación deberá, en el lapso de noventa (90) días de promulgada la presente ley, confeccionar un listado de las distintas categorías de productos alcanzados que comercializan los sujetos indicados en el artículo 3°, 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 5°. *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, islas de exhibición 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 6°. *Estímulo a la competencia.*
A los fines de estimular la competencia de productos, los sujetos indicados en el artículo 3° 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 artículo 3° de la presente, que por sus características o magnitud obliguen al proveedor a optar por un solo canal de distribución.

ARTÍCULO 7°. 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 artículo 3° 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 productos de un proveedor o grupo empresario no podrá superar el treinta por ciento (30%) del espacio disponible que comparte con productos de similares características. La participación deberá involucrar a no menos de cinco (5) proveedores o grupos empresarios;

b) En góndolas y locaciones virtuales deberá garantizarse un veinticinco por ciento (25%) del espacio disponible para productos de similares características y diferente marca, para la exhibición de productos producidos por micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el Registro de Mipymes y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen y/o

producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321; y un cinco por ciento (5%) adicional para productos originados por la agricultura familiar, campesina o indígena definido por el artículo 5° de la ley 27.118, y los sectores de la economía popular, definida por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017;

c) En góndolas los productos de menor precio conforme la unidad de medida deberán encontrarse a una altura equidistante entre el primero y último estante. 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;

d) En las islas de exhibición y exhibidores contiguos a las cajas se deberán presentar en un cincuenta por ciento (50%) del espacio productos elaborados por micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el Registro de Mipymes y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, o los que en el futuro los reemplace;

e) En góndolas y locaciones virtuales la exhibición de productos importados no podrá superar el porcentaje que determine la autoridad de aplicación del espacio disponible para cada categoría de productos, en función de la capacidad de la industria nacional de satisfacer la demanda de productos, buscando fomentar el crecimiento de la misma.

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 éstos serán considerados de una única marca.

ARTÍCULO 8°. *Límites a los abusos de posición dominante.*
A los fines de reducir los costos para los proveedores de los sujetos indicados en el artículo 3°, se deberán cumplir con las siguientes condiciones en la relación entre los proveedores y los establecimientos de ventas:

a) El plazo máximo de pagos a micro y pequeñas empresas nacionales inscriptas en el Registro de Mipymes y/o en el RENAF, o los que en el futuro los reemplacen, no podrá superar los sesenta (60) días corridos. Asimismo, 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;

b) Los sujetos indicados en el artículo 3° no podrán exigirles a los proveedores aportes o adelantos financieros por ningún motivo, ni podrán aplicar a los proveedores retenciones económicas o débitos unilaterales; estos últimos solo 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 3° y el proveedor de uno o varios productos determinados 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;

d) En la negociación de precios entre los sujetos indicados en el artículo 3° y el proveedor de

uno o varios productos determinados no podrán interponerse las condiciones o variaciones de los precios de terceros proveedores;

e) Está prohibido exigir a los proveedores los costos de distribución inversa o de reposición de los productos;

f) 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;

g) Las obligaciones contractuales o sus modificaciones que se celebren entre los sujetos alcanzados por la presente ley y sus proveedores, deberán formalizarse por escrito.

h) 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.

ARTÍCULO 9°. *Promoción de productos regionales.*
Establécese para las compras y contrataciones entre los sujetos definidos en el artículo 3° de la presente ley y los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321 y productores de frutas y verduras en general que:

a) No podrán acordarse plazos de pago superiores a los cuarenta (40) días corridos;

b) Deberán establecerse esquemas flexibles y acordes al sector, para la entrega de productos;

c) 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.

ARTÍCULO 10. *Compre regional.*
Los productos nacionales producidos por micro y pequeñas empresas, los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2° del anexo del decreto 159/2017, y/o producidos por cooperativas y/o asociaciones mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, que sean ofrecidos en virtud de la presente ley, deben estar destacados en las góndolas y locaciones virtuales con un isologotipo que diseñe la autoridad de aplicación que exprese la leyenda 'Compre Mipyme' e indique el número de la presente ley.

ARTÍCULO 11. *Código de Buenas Prácticas.*
Créase el Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución Mayorista y Minorista, que será de aplicación obligatoria para los sujetos definidos en el artículo 3°, y que tengan

una facturación bruta anual superior a los trescientos millones (300.000.000) de unidades móviles de la ley 27.442, de defensa de la competencia, considerando la facturación de todo el grupo económico.

El resto de las empresas podrán aplicar el Código de Buenas Prácticas Comerciales adhiriendo voluntariamente al mismo mediante el procedimiento que la autoridad de aplicación establezca a tales efectos.

El código será confeccionado por la autoridad de aplicación, a partir de los lineamientos establecidos en la presente ley, y con la participación de los organismos nacionales, provinciales y municipales de defensa del consumidor según corresponda.

ARTÍCULO 12. *Práctica comercial.*
El Código de Buenas Prácticas Comerciales de Distribución debe incluir las prácticas consideradas abusivas conforme la presente ley y las que surjan de la normativa comercial vigente de lealtad comercial, defensa de la competencia, y defensa de los consumidores. Asimismo, se incluirá:

a) La obligación de designar un responsable corporativo de cumplimiento del código, y la notificación del nombramiento a los proveedores y a la autoridad de aplicación;

b) Disponer en los contratos de un procedimiento alternativo de resolución de conflictos, que podrá ser la mediación privada y/o el arbitraje;

c) La remisión periódica a la autoridad de aplicación de la información requerida sobre el cumplimiento del código y la información requerida al Observatorio de la Cadena de Valor Alimenticia creado por la presente 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.

ARTÍCULO 13. *Incumplimiento transitorio por falta de competencia.*
En los casos en que para una determinada categoría de productos sea transitoriamente imposible cumplir los límites mínimos establecidos en la presente ley, los sujetos indicados en el artículo 3° deberán informar a la autoridad de aplicación las razones fundadas para dicho incumplimiento y el plazo esperado para ajustarse a la presente, que no podrá superar los treinta (30) días, prorrogables por única vez por igual plazo.

Solo podrá eximirse del cumplimiento de los topes establecidos en la presente en aquellos casos donde la autoridad de aplicación compruebe la imposibilidad fáctica de ofertar los productos que esta ley busca fomentar.

Antes de determinar como desierta la oferta de productos en determinados segmentos, deberán publicarse en el portal web que determine la reglamentación por el plazo de sesenta (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.

**ARTÍCULO 14.** *Orden público.*
Las disposiciones de esta ley son de orden público.

**ARTÍCULO 15.** *Integración.*
Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo y de la competencia, en particular las leyes 24.240, de Defensa del Consumidor, 27.442, de Defensa de la Competencia, Régimen de Lealtad Comercial, y/o las que las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable a los sectores más débiles que participan en la cadena de producción, comercialización y consumo de los productos incluidos en el sistema.

**ARTÍCULO 16.** *Plazo.*
Los establecimientos contemplados en el artículo 3° tendrán un plazo de ciento veinte (120) días corridos a partir de la promulgación de la presente ley para hacer las modificaciones que sean necesarias e implementar las disposiciones de esta ley.

**ARTÍCULO 17.** *Sanciones.*
En caso de incumplimiento a las disposiciones de la presente ley, la autoridad de aplicación aplicará las normas referidas a procedimiento y sanciones establecidas en el Régimen de Lealtad Comercial, promoviendo la participación de las organizaciones de Defensa del Consumidor de todo el país.

Quedarán legitimados para promover denuncias por el incumplimiento de esta ley los sujetos enumerados en el artículo 18 de la presente ley. Si el incumplimiento afectara a los consumidores, también podrán iniciarse las denuncias ante las autoridades de aplicación de la ley 24.240 nacionales, provinciales o municipales.

El incumplimiento de la presente ley será pasible de las sanciones y multas previstas en el Régimen de Lealtad Comercial, sin perjuicio de las demás sanciones que pudieren corresponder conforme el procedimiento de la ley 27.442 o 24.240.

Los fondos recaudados en virtud de la aplicación de multas pecuniarias por incumplimientos de la presente ley serán asignados por la autoridad de aplicación conforme la siguiente distribución:

a) Setenta por ciento (70%) para el fomento publicitario del compre alimentos nacionales bajo esta ley. A su vez, de dicho monto, el cincuenta por ciento (50%) del presupuesto será aplicado en medios de comunicación masivos y el cincuenta por ciento (50%) en medios de comunicación pymes y cooperativos;

b) Veinticinco por ciento (25%) del total de las multas aplicado para un fondo de desarrollo de los sujetos del sector de la agricultura familiar, campesina e indígena, definido por el artículo 5° de la ley 27.118, de los sectores de la economía popular, definidos por el artículo 2° del Anexo del Decreto 159/2017, Cooperativas y Asociaciones Mutuales en los términos de la ley 20.337 y la ley 20.321, vía créditos a tasa variable según la inflación del IPC

INDEC más costos administrativos del Banco Nación;

c) Cinco por ciento (5%) para el funcionamiento del Observatorio de la Cadena de Valor.

ARTÍCULO 18. *Delegación.*
Las asociaciones, cámaras empresariales, cooperativas de la economía popular que nucleen a los sujetos que participan en la producción y comercialización de los productos comprendidos en la presente ley, así como las asociaciones de consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores podrán fiscalizar el cumplimiento de la presente en carácter de colaborador ad honórem del órgano de control, previo convenio institucional de las partes que prevea el registro y capacitación de las personas habilitadas para tal fin.

ARTÍCULO 19. *Observatorio.*
Créase en el ámbito de la autoridad de aplicación de la presente ley el Observatorio de la Cadena de Valor, que requerirá y recopilará información relevante de las diferentes instancias de los procesos de producción de los productos alcanzados por la presente ley en el ámbito de la República Argentina.

El observatorio tendrá por función el seguimiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena de valor de los productos alcanzados por la presente ley, así como también el asesoramiento de los órganos de la administración pública involucrados.

ARTÍCULO 20. *Registro.*
El registro creado por el artículo 6° de la ley 27.345 deberá contemplar las particularidades que se necesiten para el cumplimiento de la presente ley.

ARTÍCULO 21. *Difusión.*
La autoridad de aplicación deberá difundir en medios nacionales 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 22. Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.



VEREDICTA LEYES

*Ley de Gondolas. Texto original, como se publicó.*

Datos: Base InfoLEG de Normativa Nacional, Ministerio de Justicia de la Nación (CC BY 4.0).