

## ANTEPROYECTO LEY GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES

Buenos Aires, 6 de octubre de 2010

### **Art.1.- Objetivo:**

El objetivo de esta ley es la defensa de la competencia, la libre elección del consumidor y la protección del sano desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y los puestos de trabajo que generan, cuando se encuentren amenazados por formas de comercialización que tiendan a la concentración económica o la distorsión de un mercado determinado o a una sobreoferta excesiva y perjudicial de bienes de cualquier tipo o de productos industriales, cumpliendo así con los mandatos constitucionales de respeto a los derechos del consumidor, defensa de la competencia y preservación y generación del empleo” (arts. 42 y 75 inc. 19 C.N.).

### **Art. 2.- Alcance:**

Se encuentran alcanzados por la ley la habilitación, instalación, ampliación, modificación, transferencias, traslados, cambio de rubros y funcionamientos de grandes superficies comerciales, así como de establecimientos comerciales que conformen una cadena de distribución, en los rubros de comercialización, elaboración y venta de productos alimenticios, indumentarias, artefactos electrodomésticos, materiales, herramientas y accesorios para la construcción, destinados al consumo y en general todo producto que se comercialice al por menor y en el caso de empresas mayoristas, cuando éstas realicen venta minoristas. Queda excluida de esta definición la comercialización de todo tipo de servicios.

### **Art. 3.- Jurisdicción:**

La regulación prevista en esta ley tiene alcance nacional y establece mecanismos mínimos de protección correspondiendo a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, complementarlos respetando el ámbito que compete a los municipios. Las normas locales que rechazan los mecanismos mínimos de protección que esta ley establece, serán nulas de nulidad absoluta.

### **4.- Definiciones:**

#### **4.1.- Grandes superficies comerciales**

Están comprendidos como grandes superficies comerciales los establecimientos que se determinan conforme la superficie cubierta de exposición y venta ocupada:

Corresponde la calificación de grandes superficies comerciales, excepto aquellos casos de comercios minoristas que venden exclusiva o preponderantemente productos alimenticios, aquellos establecimientos que superen las siguientes escalas:

- 1.a) Localidades con población hasta 20.000 habitantes 200 m<sup>2</sup>;
- 1.b) Localidades con población de 20.001 a 50.000 habitantes, 500m<sup>2</sup>;
- 1.c) Localidades con población de 50.001 a 100.000 habitantes, 700 m<sup>2</sup>;
- 1.d) Localidades con población de 100.001 a 500.000 habitantes, 1.000 m<sup>2</sup>;
- 1.e) Localidades con población de 500.001 a 1.000.000 habitantes, 1.200 m<sup>2</sup>.;
- 1.f) Localidades con población superior a 1.000.001 a 2.000.000 habitantes 1.800 m<sup>2</sup>;
- 1.g) Localidades con población superior a 2.000.001 de habitantes 2.500 m<sup>2</sup>.

Las provincias podrán reducir las superficies cubiertas para la consideración de un establecimiento como gran superficie comercial con alcance en el ámbito exclusivamente local, pero no aumentarlo.

Para los establecimientos que comercialicen exclusiva o en forma notoriamente preponderante productos alimenticios, se considerarán como grandes superficies comerciales aquellos que superen los 100 m<sup>2</sup> de exposición y venta, cualquiera fuese la población del núcleo urbano donde esté habilitado o se pretenda su instalación.

**Art. 4.2) Cadena de distribución.**

Se aplica este concepto a aquellos establecimientos de ventas minoristas o cadenas mayoristas que realicen ventas minoristas y que constituyan o pertenezcan a un mismo grupo económico y/o que estén conformados por un conjunto de locales de venta, situados o no en un mismo recinto comercial, que han sido proyectados conjuntamente o que estén relacionados por elementos comunes cuya utilización comparten y en los que se ejercen las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente.

La inclusión de un establecimiento que reúna las condiciones previstas en el art. 4.1 dentro de una Cadena de Distribución, no evita su consideración individual bajo el concepto de Grandes Superficies Comerciales.

**Art. 5) Superficie máxima cubierta.**

En ningún núcleo urbano se podrán autorizar nuevos establecimientos comerciales de los descritos en el art. 4.1 y 4.2 cuando el divisorio entre la cantidad total de los habitantes de dicho núcleo urbano conforme el último censo nacional, y la superficie máxima cubierta destinada a exposición y venta existente y autorizada para los establecimientos comerciales aludidos y los autoservicios, supere el coeficiente 8.

Para el cálculo de la población y de la superficie comercial cubierta existente se tendrán en cuenta, no solo la localidad donde pretende instalarse el nuevo emprendimiento comercial, sino también las localidades circundantes en un radio de 25 km., aún cuando corresponda a otro municipio y/o provincia y/o Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Anualmente los gobiernos provinciales o el de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires harán el relevamiento de la superficie cubierta existente en cada localidad con un radio de 25 km. y lo remitirá a la Secretaría de Comercio de la Nación que lo registrará y hará público. Esta determinación tiene vigencia a los efectos de esta ley durante todo el año calendario posterior.

Para el caso de no cumplir la provincia y/o C.A.B.A. con el relevamiento indicado precedentemente, seguirá en vigencia el realizado para el año anterior con un incremento similar al aumento de la población conforme datos estadísticos oficiales de la provincia y/o C.A.B.A.

Para la determinación de la superficie cubierta existente se computarán: a) Todos los autoservicios; b) Las grandes superficies comerciales instaladas; c) Las cadenas de distribución.

**Art. 6) Certificado de factibilidad provincial. Organos de aplicación**

No podrá habilitarse ningún establecimiento comercial de los descriptos en el art. 4 sin previo certificado de factibilidad expedido por la provincia o Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que contemple un informe de impacto socioeconómico y ambiental.

El órgano de aplicación de esta ley será el Ministerio de la Producción o de Comercio o similar de la Provincia o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**Art. 7) Sanciones.**

Para el caso de detectarse que una empresa funciona con superficie cubierta de exposición y venta mayor que la declarada a los efectos de su habilitación, le cabrán las sanciones previstas en el capítulo VII de la ley 25.156 de defensa de la competencia, con excepción de las mencionadas en el art. 46 incisos c) y d), siendo de aplicación las disposiciones de dicha norma referidas al Tribunal nacional de Defensa de la Competencia y al procedimiento allí establecido.

**Art. 8) Vigencia y operatividad de la ley.**

Esta ley entrará a regir a los ocho días de su publicación y es directamente operativa sin necesidad de reglamentación.

Al momento de comenzar a regir esta ley, se aplicarán en el año calendario correspondiente las determinaciones de superficie comercial existente a los fines previstos en leyes provinciales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que regulen la instalación de grandes superficies comerciales. Para los años sucesivos rige el art. 5 párrafos 3; 4 y 5 de esta ley.

**Art. 9) Irretroactividad de la aplicación de esta ley.**

En ningún caso se revisará la instalación de un establecimiento calificado como gran superficie comercial conforme el art. 4 de esta ley, siempre que esté funcionando en forma efectiva y debidamente habilitado por la autoridad local antes de la vigencia de esta ley.

Queda preservado el supuesto de cuestionamientos judiciales a esas habilitaciones, en cuyo caso se estará a la decisión jurisdiccional pertinente.

**Art. 10) Legitimación.**

Las Cámaras de Supermercados, las Cámaras de Almaceneros minoristas, Centros Comerciales, Cámaras de Comercio y otras entidades del comercio, la industria, la producción y los servicios, y las asociaciones de consumidores están legitimados para cuestionar administrativa o judicialmente determinaciones de la autoridad de aplicación, tanto en lo referido a la superficie comercial relevada a los fines del art. 5 de esta ley, en cuyo caso sus cuestionamientos no tendrán efecto suspensivo excepto decisión judicial, como en lo atinente a la inclusión o exclusión de un establecimiento como gran superficie comercial o cadena de distribución, donde sí tendrá efecto suspensivo.

**Art. 11) Reglamentación.**

El Poder Ejecutivo podrá reglamentar esta ley dentro de los sesenta días de su vigencia; sin embargo las disposiciones de los artículos 4 y 5 son inmediatamente operativas y entrarán a regir una vez vencido el plazo legal de ocho días posterior a su publicación en el Boletín Oficial.