

RESOLUCION S.Com. 369/15
Buenos Aires, 10 de setiembre de 2015
B.O.: 11/9/15
Vigencia: 10/9/15

Pequeñas y medianas empresas. PyMEs. Defensa de la competencia. [Ley 25.156](#). Abastecimiento. [Ley 20.680](#). Régimen de información. Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa. Creación.

VISTO: el Expte. S01:0254795/15 del registro del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas; el art. 42 de la Constitución Nacional; las Leyes 22.802, 20.680, 24.240, 25.156, 26.991, 26.992 y 26.993; los Dtos. 357, de fecha 21 de febrero de 2002, y sus modificaciones; 41, de fecha 13 de enero de 2015, y 203, de fecha 11 de febrero de 2015, y las Res. S.Com. 29, de fecha 14 de marzo de 2014, y 17, de fecha 13 de febrero de 2015, ambas del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas; y

CONSIDERANDO:

Que el art. 42 de la Constitución Nacional establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos, a una información adecuada y veraz, a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno, agregando que las autoridades proveerán a la protección de esos derechos a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los Mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Que el carácter programático de la segunda parte de la cláusula constitucional transcrita obligó al legislador a la sanción de un sistema normativo integrado a nivel federal por un conjunto de leyes recíprocamente vinculadas y, en ciertos aspectos, con una necesaria interdependencia para el logro del fin protectorio del ciudadano en su rol de usuario y consumidor, así consagrado por el constituyente.

Que la Secretaría de Comercio del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, entre otras cuestiones, es competente para evaluar, controlar, efectuar propuestas y dictar medidas tendientes a mejorar la organización de los Mercados de bienes y servicios, tanto públicos como privados, con el objeto de favorecer la transparencia y su armónico desarrollo en función del interés público, dictar la normativa vinculada con el correcto abastecimiento interno y su fiscalización y contralor, asegurar la correcta ejecución de las políticas comerciales internas de defensa del consumidor y de defensa de la competencia y evaluar el grado de competitividad en todos los ámbitos de la actividad económica elaborando las estructuras de costo de los bienes y servicios que conforman los Mercados.

Que el sistema de normas centrado en la defensa de consumidores y usuarios de bienes y servicios se halla integrado por las Leyes 20.680, 22.802, 24.240 y 25.156.

Que la Secretaría de Comercio, en su carácter de autoridad de aplicación de las Leyes 20.680, 22.802, 24.240 y 25.156, resulta competente para el dictado de las normas complementarias y/o aclaratorias y celebrar todos los actos que se requieran para su debida implementación.

Que las Leyes 26.991, 26.992 y 26.993, recientemente sancionadas, han incorporado modificaciones sustanciales en la regulación de las relaciones de producción y consumo en resguardo de los consumidores y usuarios.

Que, en particular, la Ley 25.156 establece que están prohibidos y serán sancionados, de conformidad con las normas de dicha ley, los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al Mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un Mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

Que, asimismo, el art. 2 de la Ley 25.156 enumera algunas conductas que, en la medida que configuren las hipótesis de su art. 1, constituyen prácticas restrictivas de la competencia, a saber: fijar, concentrar o manipular precios de venta o compra de bienes o servicios, establecer obligaciones de comprar una cantidad restringida de bienes o servicios, subordinar la venta de un bien o servicio a la compra de otro, imponer condiciones discriminatorias para la adquisición o venta de bienes o servicios, negar a proveer un bien o servicio en las condiciones vigentes del Mercado y enajenar bienes o prestar servicios a precios inferiores con la finalidad de desplazar a la competencia en el Mercado o de infringir un daño en la imagen, patrimonio o marcas de sus proveedores, entre otras.

Que, por su parte, la Ley 20.680 determina que serán pasibles de las sanciones de esa ley quienes elevaren artificial o injustificadamente los precios en forma que no responda proporcionalmente a los aumentos de los costos, u obtuvieren ganancias abusivas, revaluaren existencias, acapararen materias primas o productos, o formar existencias superiores a las necesarias, sean actos de naturaleza monopólica o no, crearen artificialmente etapas en la distribución y comercialización, destruyeren mercaderías, entre otras.

Que de la interpretación armónica de las leyes mencionadas se entiende por buenas prácticas comerciales aquellas conductas que no impliquen una violación o contravención a lo establecido en el art. 2 de la Ley 25.156 o en el art. 4 de la Ley 20.680.

Que el Observatorio de Precios y Disponibilidad de Insumos, Bienes y Servicios creado por la Ley 26.992 es un organismo técnico que se encuentra en la órbita de la Secretaría de Comercio, cuyo objetivo es dotar al Estado nacional de herramientas de análisis y diagnóstico para intervenir en favor de los actores más débiles de las cadenas de valor, ésto es los pequeños productores y los consumidores y usuarios a través del monitoreo, relevamiento y sistematización de precios y disponibilidad de insumos, bienes y servicios que son producidos, comercializados y prestados en el territorio nacional.

Que la actividad del mencionado Observatorio, con la participación de diferentes organismos públicos nacionales y provinciales, así como representantes de asociaciones de consumidores y usuarios y del sector privado, permite identificar situaciones que pueden originar distorsiones en el Mercado, abusos de la posición dominante, conductas lesivas de los intereses de consumidores y usuarios y de la libre competencia, y propone medidas para su remediación no sólo focalizadas en cuestiones coyunturales sino desde una perspectiva de mediano y largo plazo.

Que para el cumplimiento de sus cometidos el Observatorio debe contar con información referida al monitoreo, relevamiento y sistematización de los precios y la disponibilidad de insumos, bienes y servicios producidos, comercializados y/o prestados a fin de detectar actos o conductas que pudieran generar distorsiones en el Mercado y en los procesos de formación de precios.

Que en lo que se refiere a precios y costos la Secretaría de Comercio cuenta actualmente con el “régimen informativo de precios” creado mediante la Res. S.Com. 29, de fecha 14 de marzo de 2014, de la mencionada Secretaría, el cual permite acceder a un conocimiento constante y actualizado de los precios de los insumos y bienes finales con mayor impacto en la población y la actividad económica del país a partir de los reportes periódicos que efectúan las empresas alcanzadas por la medida.

Que, asimismo, la Secretaría de Comercio cuenta con el “Sistema de Monitoreo de Abastecimiento y Disponibilidad de Bienes e Insumos” (SIMONA) creado por la Res. S.Com. 17, de fecha 13 de febrero de 2015, de esta Secretaría, cuyo objeto es detectar de modo preventivo las contingencias que pudieran ocurrir en el proceso productivo, distributivo y/o de comercialización, a fin de que las empresas productoras y/o distribuidoras más relevantes del Mercado puedan alertar acerca de cualquier contingencia que les impida satisfacer plenamente la demanda de sus productos.

Que persiguiendo estos objetivos resulta esencial la creación de un canal de información que otorgue al Estado nacional una mayor capacidad para la planificación de políticas que tienda a evitar situaciones que lleven a la confusión del consumidor y usuario sobre la oferta de productos, sus denominaciones e información, así como las condiciones de comercialización, y a corregir conductas que desalienten la competitividad genuina de las cadenas de valor, afectando a sus eslabones más débiles y dificultando el acceso pleno y efectivo a los bienes de consumo por parte de la población.

Que las micro, pequeñas y medianas empresas son una parte fundamental de la estructura económica argentina por su peso en la producción y la generación de empleo, siendo los eslabones más débiles de la cadena de producción y distribución, dadas las asimetrías existentes frente a las grandes empresas.

Que en este marco cabe señalar que las micro, pequeñas y medianas empresas cumplen un rol fundamental en el proceso de desarrollo nacional y, por tanto, requieren del impulso y la protección de las políticas públicas.

Que a merced de las relaciones asimétricas mencionadas las micro, pequeñas y medianas empresas sufren frecuentemente perjuicios económicos como resultado de sus relaciones con las grandes empresas.

Que a los fines de atender a las problemática de las micro, pequeñas y medianas empresas se hace necesario habilitar un canal de comunicación directa entre ese tipo de empresas y la Secretaría de Comercio para poder realizar un seguimiento de todos aquellos problemas que conspiran contra el funcionamiento normal y transparente de los Mercados.

Que dicho canal debe facilitar el trabajo mancomunado e integral entre los distintos organismos del sector público nacional para atender a la problemática de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Que en virtud de lo expuesto es menester crear la “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa” en el ámbito de la Subsecretaría de Comercio Interior de la Secretaría de Comercio.

Que la defensoría propiciada será una herramienta eficaz para detectar de modo preventivo las contingencias que pudieran ocurrir en el proceso productivo, distributivo y/o de comercialización.

Que las denuncias ingresadas a la “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa”, en conjunto con las alertas, avisos y denuncias ingresadas al “Sistema de Monitoreo de Abastecimiento y Disponibilidad de Bienes e Insumos” (SIMONA) y los datos periódicos receptados en el “régimen informativo de precios”, serán una fuente esencial de información para el Observatorio de Precios y Disponibilidad de Insumos, Bienes y Servicios, favorecerá la identificación y comprensión de las causales de posibles distorsiones del Mercado lesivas de la libre competencia y de los intereses de consumidores y usuarios.

Que en su carácter de autoridad de aplicación de las Leyes 22.802, 20.680, 24.240, 25.156, 26.991, 26.992 y del Tít. I de la Ley 26.993, la Secretaría de Comercio analizará la pertinencia de llevar a cabo las acciones tendientes a resolver la problemática denunciada.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo dispuesto por los arts. 12, inc. l), y 14, inc. c), de la Ley 22.802; 43, incs. a), c) y e), de la Ley 24.240; 18, inc. d), de la Ley 25.156; el apart. XV del Anexo II del Dto. 357, de fecha 21 de febrero de 2002, y sus modificaciones; y 1 del Dto. 203 de fecha 11 de febrero de 2015.

Por ello,

**EL SECRETARIO DE COMERCIO
RESUELVE:**

Art. 1 – Créase un régimen de información, en el ámbito de la Subsecretaría de Comercio Interior de la Secretaría de Comercio del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, denominado “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa”.

Art. 2 – La Subsecretaría de Comercio Interior utilizará la información recabada por la “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa” a fin de detectar y evitar abusos y distorsiones en la cadena de producción, distribución y comercialización que impidan el normal funcionamiento del Mercado de bienes y servicios, perjudicando a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Art. 3 – Todas las micro, pequeñas y medianas empresas, así como las diversas cámaras o asociaciones que las nuclean, podrán realizar denuncias en la “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa” para el caso de que pudiesen verse afectadas por actividades contrarias a las buenas prácticas comerciales.

La información recabada por dicha defensoría permitirá identificar y definir acciones concretas, en el ámbito de la cooperación mutua entre el sector público y privado, para

neutralizar los efectos distorsivos generados por las grandes empresas en resguardo de los intereses de las pequeñas y medianas empresas.

Art. 4 – Los sujetos amparados por la presente resolución que deseen realizar denuncias ante la “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa” deberán completar y enviar los formularios electrónicos que, como Anexos I y II, forman parte integrante de la presente medida, a través del sitio web denominado www.economia.gob.ar/secretarias/comercio/comercio-interior/defensoria.

Art. 5 – La Subsecretaría de Comercio Interior podrá disponer medidas de prueba o constatación tendientes a acreditar la veracidad y entidad de las denuncias ingresadas a la “Defensoría de las buenas prácticas comerciales para la micro, pequeña y mediana empresa”.

Art. 6 – La Secretaría de Comercio podrá remitir esas denuncias al Observatorio de Precios y Disponibilidad de Insumos, Bienes y Servicios, organismo técnico creado por la Ley 26.992, quien, en caso de que detecte actos o conductas que generen distorsiones en el Mercado y en los procesos de formación de precios, emitirá un dictamen con carácter previo al ejercicio de las potestades previstas a esta autoridad de aplicación por los incs. a), b), c) y d) del art. 2 de la Ley 20.680.

Art. 7 – La Secretaría de Comercio en su carácter de autoridad de aplicación de las Leyes 22.802, 20.680, 24.240, 25.156, 26.991 y 26.992 analizará las diversas acciones a realizar, tendientes a resolver la problemática denunciada.

Art. 8 – Entiéndese por buenas prácticas comerciales aquellas conductas que no impliquen una violación o contravención a lo establecido en el art. 2 de la Ley 25.156 y/o en el art. 4 de la Ley 20.680.

Art. 9 – Entiéndese por micro, pequeñas y mediana empresas a aquéllas que estén alcanzadas por los parámetros definidos por la Ley 24.467 y sus normas reglamentarias y/o complementarias aplicables.

Art. 10 – La presente medida no implicará erogación adicional alguna para el Estado nacional.

Art. 11 – La presente resolución entrará en vigencia a partir de su dictado.

Art. 12 – De forma.

Nota: los anexos no se publican.