

Reformas a la ley de Lealtad Comercial

Los principales lineamientos de la nueva norma son los siguientes:

1. **Regula prácticas comerciales** que puedan afectar la posición competitiva de una persona o el funcionamiento del proceso competitivo e incluyen las siguientes:

- Las conductas susceptibles de inducir a error o engaño sobre las características, las condiciones de comercialización o el origen de productos o servicios.
- La obtención de ventajas significativas que resulten de incumplir normas legales
- La explotación de una “situación dependencia económica de una empresa” (cliente o proveedor) que no tenga alternativas equivalentes para ejercer su actividad -la explotación se presume cuando un proveedor deba conceder ventajas adicionales que no concede a proveedores similares-.
- La “obtención indebida de condiciones comerciales” (incluyendo precios, condiciones de pago, modalidades de venta, pago de cargos adicionales y otras no acordadas o no fundadas en usos y costumbres) bajo amenaza de ruptura de relaciones comerciales.
- La venta por debajo del costo cuando forme parte de una estrategia encaminada a eliminar competidores o dificultar su entrada al mercado.
- La explotación indebida de la reputación ajena que induzca a confusión.
- La imitación de bienes y servicios o iniciativas empresariales susceptibles de generar confusión, en la medida que importe un aprovechamiento indebido de la reputación o esfuerzo ajenos.
- Los actos de denigración, salvo aquellos que resulten de aseveraciones verdaderas y exactas.
- La violación de secretos empresariales hechas con el ánimo de obtener provecho o perjudicar.
- La inducción (a empleados, proveedores, clientes, etc.) a incumplir contratos con competidores.
- El tratamiento discriminatorio de compradores sin justificación cuando el vendedor haya publicado una lista de precios.

2. Regula la **publicidad comparativa**.

3. Mantiene a la **Secretaría de Comercio** como Autoridad de Aplicación.

4. Eleva el **monto máximo de la sanción de multa a 10 millones de Unidades Móviles** (actualmente equivalen a 264 millones de pesos) y conserva el resto de las sanciones previstas en la Ley N°22.802. Asimismo, agrega la sanción de “rectificación de publicidad”.

5. **Regula en detalle el procedimiento** que debe seguirse a los efectos de determinar una infracción y de apelar esa infracción, así como los pasos que debe seguir la Autoridad de Aplicación a los efectos de solicitar medidas cautelares a un juez.

6. Regula las acciones judiciales contra actos de competencia desleal, incluyendo acciones de cese, acciones de resarcimiento de daños y perjuicios y solicitud de medidas cautelares.

7. Modifica los plazos de prescripción.

8. Conserva (aunque introduce modificaciones menores) la **regulación incluida en la Ley N°22.802** relativa a publicidad engañosa, promociones, identificación de productos, estándares de eficiencia energética de ciertos productos y denominaciones de origen.

Además de sancionar una nueva Ley de Lealtad Comercial, el **Decreto crea el Sistema Electrónico de Resolución de Conflictos** en el ámbito del **Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo** (COPREC).

Del contenido de la norma, los siguientes puntos constituyen innovaciones dignas de destacar:

a) Tipificación y reproche de ciertas conductas que los canales de comercialización suelen imponer a los productores, tales como:

** La explotación de una “situación dependencia económica de una empresa” (cliente o proveedor) que no tenga alternativas equivalentes para ejercer su actividad -la explotación se presume cuando un proveedor deba conceder ventajas adicionales que no concede a proveedores similares-.*

** La “obtención indebida de condiciones comerciales” (incluyendo precios, condiciones de pago, modalidades de venta, pago de cargos adicionales y otras no acordadas o no fundadas en usos y costumbres) bajo amenaza de ruptura de relaciones comerciales*

** El tratamiento discriminatorio de compradores sin justificación cuando el vendedor haya publicado una lista de precios.*

b) Incremento de las multas a las cuales se les establece un régimen de actualización automática al fijarlas en Unidades Móviles

c) Un procedimiento sancionatorio más expeditivo y detallado

Estas normas complementan con sanciones importantes la estrategia del gobierno de permitir la exhibición clara de ciertos productos con precios “cuidados” o “esenciales”, acompañado con multas importantes y actualizables.