

PROYECTO DE LEY

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina
sancionan con fuerza de ley:*

PROMOCIONES Y BENEFICIOS A CONSUMIDORES DE SERVICIOS: EQUIPARACION DE TRATO ENTRE NUEVOS CLIENTES Y LOS ANTIGUOS

ARTÍCULO 1°. incorporase como artículo 8 ter de la Ley 24.240, el siguiente texto:

"Artículo 8° ter. Será considerada práctica abusiva por parte del proveedor, en los términos del artículo 8° bis, el negarse injustificadamente a extender a los consumidores con una antigüedad mínima de DOCE (12) meses en el servicio, que así lo soliciten, las promociones, bonificaciones u ofertas dirigidas a nuevos usuarios, en violación de lo dispuesto en el artículo 37 bis de la presente ley."

ARTÍCULO 2°. incorporase como artículo 37 bis de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor el siguiente:

*"Artículo 37 bis.- Promociones para nuevos usuarios y equiparación de trato.
Cuando un proveedor de servicios continuos o periódicos como ser servicios de telefonía fija o móvil, acceso a internet, televisión por cable, satelital o por streaming, servicios de provisión de contenidos digitales o cualquier otro servicio masivo en relación de consumo, publicite o implemente promociones, bonificaciones, descuentos u ofertas de precios destinadas a la captación de nuevos usuarios o clientes, deberá extender, a pedido del consumidor, los mismos beneficios a los consumidores ya adheridos al servicio que reúnan las siguientes condiciones:*

- a) Acreditar una antigüedad mínima de DOCE (12) meses ininterrumpidos como clientes del servicio de que se trate.*
- b) Estar al día en el pago de sus obligaciones al momento de efectuar el pedido, sin perjuicio de los planes de regularización que pudieran corresponder.*

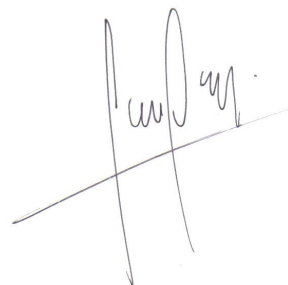
El proveedor estará obligado a otorgar la promoción o beneficio solicitado, en condiciones sustancialmente equivalentes a las ofrecidas a los nuevos usuarios, dentro de los CINCO (5) días corridos de recibido el pedido expreso del consumidor, salvo que se trate de promociones técnica u objetivamente inaplicables al plan contratado, supuesto en el cual deberá ofrecerse una alternativa razonable y equivalente.

Se presume, salvo prueba en contrario, que constituye práctica abusiva la negativa genérica o sistemática a extender promociones a consumidores con la antigüedad indicada que lo soliciten en forma expresa.

Las cláusulas contractuales, reglamentos de servicio o condiciones generales que excluyan o limiten este derecho se tendrán por no convenidas."

ARTÍCULO 3°. El Poder Ejecutivo Nacional reglamentará la presente ley en un plazo máximo de CIENTO OCHENTA (180) días desde su publicación.

ARTÍCULO 4°. Comuníquese al Poder Ejecutivo.



Oscar Agost Carreño
Diputado Nacional

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El presente proyecto tiene por finalidad reforzar la protección de los usuarios y consumidores frente a una práctica ampliamente difundida en los mercados de servicios esenciales y servicios masivos, esta es, la de ofrecer promociones, descuentos o bonificaciones exclusivamente para nuevos clientes, dejando fuera de esos beneficios a quienes llevan años utilizando y pagando el mismo servicio.

En sectores como telefonía móvil, acceso a internet, televisión por cable o satelital, y servicios por suscripción en general, la política comercial dominante consiste en ofrecer "promociones de bienvenida" con precios muy reducidos o beneficios temporales.

Si bien, nadie discute que estas promociones pueden ser herramientas legítimas de competencia, también generan una desigualdad injustificada cuando se niegan, sin causa objetiva, a usuarios de larga data que mantienen un vínculo contractual estable y cumplen con sus obligaciones.

Así las cosas, no se puede perder de vista que es la propia Constitución Nacional, en su artículo 42 la que garantiza a los consumidores un trato equitativo y digno, así como la protección de sus intereses económicos y, en consecuencia, la Ley 24.240 desarrolla estos principios y prohíbe las prácticas abusivas que coloquen al consumidor en situación desigual o desventajosa.

Sin embargo, en la práctica, la normativa vigente no aborda de manera clara este tipo de discriminación comercial entre clientes nuevos y clientes fieles, que termina afectando directamente el bolsillo del consumidor.

El proyecto propuesto no limita la libertad comercial de las empresas, ni impide que se utilicen promociones para captar nuevos clientes, tan sólo apunta a establecer un estándar razonable de equidad: si existe una promoción destinada a nuevos usuarios, el consumidor que tenga más de doce meses de antigüedad y se

encuentre al día en sus pagos debería poder acceder a un beneficio equivalente, siempre que lo solicite de manera expresa.

De este modo se busca evitar que la estructura comercial castigue al cliente estable y premie únicamente al nuevo, sin motivo atendible.

La norma también establece que se considerará una presunción de práctica abusiva la negativa genérica o sistemática a otorgar estas promociones a los consumidores que cumplen con los requisitos, para reforzar la capacidad de control de las autoridades de aplicación y facilitar la prevención de conductas perjudiciales para el usuario.

Cabe destacar que, en el ámbito internacional diversas jurisdicciones han avanzado hacia estándares de mayor equidad en el trato tarifario entre consumidores nuevos y consumidores existentes.

Así las cosas, este proyecto se encuentra alineado con las mejores prácticas comparadas, por cuanto ofrece una solución sencilla, clara y aplicable de inmediato para asegurar una mayor equidad en el mercado argentino.

Para mayor ilustración se enumeran algunos de los beneficios para los consumidores que se verían reflejados con la modificación propuesta:

1. Equidad entre consumidores: quienes reciben el mismo servicio no deben enfrentar diferencias arbitrarias en el precio.

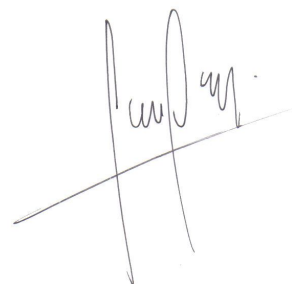
2. Protección de los intereses económicos: en contextos de fuerte impacto de estos servicios en la economía familiar, una brecha de precios injustificada perjudica directamente al usuario.

3. Fomento a la competencia leal: las empresas deberán competir por retener a sus clientes, no solo por captar nuevos, elevando la calidad del servicio.}

4. Transparencia y previsibilidad: se establece un mecanismo claro, sencillo y verificable, reduciendo la discrecionalidad empresarial.

5. Prevención de prácticas abusivas: la presunción legal facilita el accionar de los organismos de control.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares la aprobación del presente proyecto de ley.



Oscar Agost Carreño
Diputado Nacional