

Registrada bajo el Nº 12069

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA SANCIONA CON FUERZA DE L E Y :

REGIMEN LEGAL PARA GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTA FE

CAPITULO I

GENERALIDADES

ARTICULO 1.- Alcances. Se encuentran sujetas al régimen establecido por la presente ley, la habilitación, instalación, ampliación, modificación, transferencias, traslados, cambios de rubros y funcionamiento de las grandes superficies comerciales, cualquiera sea la denominación que adopten (autoservicios, tiendas de descuentos, supermercados, hipermercados, megamercados, o las que en el futuro las sustituyan), en los rubros de comercialización, elaboración y venta de productos.

Estos establecimientos deberán observar las pautas de comercialización que se establecen en el presente, sin perjuicio de las facultades que se le reconoce por ésta y por el resto de la legislación pertinente a los municipios para intervenir sobre la materia de lealtad comercial, defensa de la competencia y de los consumidores.

ARTICULO 2.- Definiciones. A los efectos de la presente ley, se consideran:

a) Actividad comercial mayorista: la producción, compra y venta al por mayor de bienes, productos y mercancías a otros comerciantes o industriales, quienes utilizarán dichos bienes para producir otros o para su reventa minorista ya sea en el mismo estado o luego de sufrir alguna modificación;

b) Actividad comercial minorista: la producción, compra de bienes, productos y mercancías, con el objeto de su venta al consumidor final, y la prestación al público de determinados servicios. La actividad comercial minorista sólo podrá ejercerse simultáneamente con la mayorista dentro de los límites físicos establecidos, y en el caso de los enumerados en el inciso e) de este artículo, en recintos totalmente separados, debiendo sujetarse, además, a las normas específicas aplicables a cada modalidad de venta;

c) Redes de compras: las agrupaciones empresarias sin fines de lucro, que tienen por objeto la adquisición de bienes para sus miembros, a quienes se las transfieren al por mayor al mismo precio de adquisición para que éstos, a su vez, la comercialicen en forma minorista;

d) Autoservicios, supermercados, hipermercados o megamercados: en general serán así considerados los establecimientos dedicados a la comercialización mediante el sistema de autoservicios, de uno o más rubros correspondientes a: alimentos y bebidas; artículos de limpieza y perfumería; indumentaria, calzados y textiles; electrónicos; artículos para el hogar; librería y artículos escolares; flores y plantas; ferretería, bazar y menaje; repuestos y accesorios; materiales para la construcción, para la decoración del hogar; cine, audio, televisión y video; informática y sus insumos; máquinas, herramientas y sus accesorios, y los que la reglamentación establezca, aunque algunos sectores sean asistidos directamente por personal de la empresa;

e) Grandes Superficies Comerciales: Serán considerados bajo este título, los emprendimientos que cumplan con al menos uno de los presentes requisitos:

1.- Todos los establecimientos de comercialización minorista o mayoristas que realicen ventas minoristas, que ocupen una superficie cubierta destinadas a la exposición y ventas de más

de 400 metros cuadrados en Municipios con una población de hasta 25.000 habitantes; una superficie superior a los 700 metros cuadrados en Municipios entre 25.000 y 100.000 habitantes, una superficie superior a 1.000 metros cuadrados en Municipios entre 100.000 y 300.000 habitantes y una superficie de más de 1.200 metros cuadrados cubiertos en Municipios de más de 300.000 habitantes.

2.- Los que funcionan bajo una misma razón social, o pertenecen a una misma empresa o grupo de empresas, cuando su volumen de venta de cualquiera de esas empresas en el ejercicio anterior o el previsto, supera los topes establecidos por la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la Nación, para la consideración de mediana empresa.

3.- Las tiendas de descuentos, tiendas de descuentos especiales, o cadenas de distribución con establecimientos de venta minorista, o de mayoristas que realicen ventas minoristas, que constituyen o pertenecen a un mismo grupo económico, o a una firma o a firmas con una misma razón social conformados por uno o más locales de venta, de baja superficie, cuya modalidad de desarrollo logístico y publicitario es común a todos y se caracteriza por poca exposición de productos en góndolas, presentación a granel o empaque, algunos o la mayoría de ellos de marcas propias, sin mayores espacios para cocheras, explotados por sí mismos o dados en concesión o franquicia.

4.- Los establecimientos comerciales de carácter colectivo o centros de compras formados por:

a) Un conjunto de puntos de venta instalados en un mismo predio, parque o edificación;

b) Centros comerciales integrados por varios locales, o edificios en los que se desarrollan actividades comerciales en forma individual por una razón social.

ARTICULO 3.- Superficie Máxima Cubierta. Se entenderá como superficie máxima cubierta (m²), a la de exposición y venta, autorizada para establecimientos comerciales descriptos en el artículo 1 en cada Municipio y Comuna del territorio provincial, la que resulte del divisorio entre la cantidad total de los habitantes, dispuesta por el último Censo Nacional, de la localidad dónde el emprendimiento comercial procure radicarse y el coeficiente ocho (8).

Para la determinación de la superficie máxima cubierta se tendrá en cuenta a los establecimientos mencionados en el artículo 2 incisos d) y e), así como también los denominados almacenes de ramos generales instalados en la localidad.

Ninguna cadena o firma comercial puede superar el treinta por ciento (30 %) de la totalidad de la superficie máxima cubierta en un mismo municipio; o controlar más del treinta por ciento (30%) del mercado en un sector o rubro determinado.

ARTICULO 4.- Habilitaciones Comerciales. Las pre-habilitaciones comerciales como las habilitaciones definitivas corresponden a las Municipalidades y Comunas, donde el emprendimiento procure radicarse.

ARTICULO 5.- Certificado de Factibilidad Provincial. Para el caso de los sujetos comprendidos en el artículo 1, se requerirá, el Certificado de Factibilidad Provincial:

a) Cuando se solicite apertura, ampliaciones, modificaciones, transferencias o traslados de los establecimientos. En los casos de cambios de actividad o traslado, deberá verificarse el cierre definitivo del establecimiento inicial antes de la apertura del nuevo predio;

b) En la transmisión, mediante la fusión o compra de acciones o participaciones de sociedades o personas, cuando se verifique que antes o después de la compra o fusión el o los establecimientos y el o los nuevos titulares se encuentran contenidos en las mismas disposiciones.

Están exentas de la obligación de solicitar el Certificado de Factibilidad:

1.- Las transmisiones hereditarias;

2.- Las ampliaciones de hasta un diez por ciento (10%) de la superficie total por cada local, por única vez;

3.- Cuando la oferta habitual predominante de productos relevantes de la nueva composición, abarque más del ochenta y cinco por ciento (85%) de los de la anterior configuración;

4.- Los Mercados Concentradores de Frutas y Verduras, las Cooperativas de Compras Minoristas y las Asociaciones de Colaboración Empresaria (A.C.E.) o Redes de Compras.

ARTICULO 6.- Cantidad de Locales. Las unidades comerciales tipificadas en el artículo 2 inciso e) puntos 2 y 3 deberán registrarse de acuerdo a la siguiente relación entre número de locales y población total de Municipio, por razón social o enseña comercial, grupo o grupos económicos:

a) Un local en poblaciones de hasta 150.000 habitantes;

b) Dos locales en poblaciones de más de 150.000 habitantes.

ARTICULO 7.- Superficies. Se entiende por superficie dedicada a la exposición y venta en los establecimientos comerciales, la superficie total de las áreas o locales donde se exponen los productos con carácter habitual y permanente; o los destinados a tal finalidad con carácter eventual o periódico, a los cuales puede acceder el cliente, así como los escaparates y espacios internos destinados al tránsito de las personas y a la presentación y despacho de los productos; la superficie de las zonas de cajas; la comprendida entre ésta y la zona de salida, las del sector administrativo, servicios anexos, juegos y locales comerciales o de servicios aunque estuvieran a cargo de terceros.

En los establecimientos comerciales que dispongan de venta asistida por dependientes, también se considerará superficie útil de exposición y venta la zona ocupada por las personas vendedoras detrás de los mostradores, al cual no tiene acceso el público.

Los depósitos comerciales que no configuran áreas de exposición y venta de productos, sino espacios de almacenamiento de los mismos y que estén situados o no en el mismo recinto que completa el establecimiento comercial, deberán registrarse por las mismas disposiciones que regulen a las Grandes Superficies Comerciales y pasarán a ser del mismo modo objeto de la presente, cuando superen el cincuenta por ciento (50%) de la superficie de exposición y ventas del establecimiento comercial al que provee.

ARTICULO 8.- Areas de radicación. Las Municipalidades y Comunas determinarán por ordenanza el área de radicación permitida. En su defecto, y hasta tanto sancionen una ordenanza reguladora, las Grandes Superficies Comerciales con una superficie que supere lo establecido en el artículo 2 Inciso e) punto 1, no podrán instalarse dentro de las áreas urbanas o semi-urbanas definidas en la legislación municipal o comunal correspondiente, debiendo hacerlo en áreas complementarias o bien en zonas de usos específicos, siempre y cuando no estén incluidas dentro de las áreas urbanas o semi-urbanas y que no constituyan zonas destinadas a reserva por planificación o ensanche del área urbana.

ARTICULO 9.- Del grado de concentración empresarial. En la instalación de los establecimientos comerciales debe tenerse en cuenta el grado de concentración empresarial en el mercado, según la cuota que de éste posea la empresa o grupo de empresas al que pertenece su solicitante.

No debe otorgarse el Certificado de Factibilidad Provincial:

a) Si el solicitante pertenece a una empresa o grupo de ellas con una participación del mercado superior al treinta por ciento (30%) de los metros cuadrados de superficie de exposición y ventas, o del treinta por ciento (30%) de las ventas del mercado relevado existentes en el área territorial de influencia;

b) Cuando el solicitante adicione un nuevo establecimiento y como consecuencia de ello

resulta que se sobrepasa el límite fijado. Si se trata de una adición producto de un porcentaje en la compra de acciones o participaciones de sociedades o personas, el porcentaje del treinta por ciento (30%) mencionado se aplicará a la superficie de exposición y ventas del adquirido o de las ventas en el mercado relevado, al que se sumará al que poseía el adquirente;

c) En los casos previstos en los Artículos 3 y 6, cuando sean superados los valores resultantes de su aplicación.

En tales casos, el informe respectivo tiene carácter vinculante.

A los efectos de cuantificar la superficie de exposición y ventas o ventas del mercado relevado, la misma se entenderá como la constituida por el área geográfica relevada que esté ubicada en un radio de hasta veinticinco kilómetros (25 km.) del punto donde la unidad de comercialización esté establecida o quiera establecerse.

La reglamentación establecerá los criterios instrumentales para medir el grado de concentración empresarial y para definir el área de influencia de una gran superficie comercial según lo estipulado en el artículo 2 inc. e), participación de mercado y cuantificación de superficies.

CAPITULO II

AUTORIDAD DE APLICACION

ARTICULO 10.- Autoridad de Aplicación. Funciones. Trámite. La Autoridad de Aplicación de la presente Ley será el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio de la Provincia de Santa Fe.

La Autoridad de Aplicación tendrá las siguientes funciones:

- a) Emitir el Certificado de Factibilidad Provincial, determinando a tal efecto los elementos que deberán acompañar la solicitud de otorgamiento de la licencia provincial;
- b) Organizar y mantener actualizado un registro de los establecimientos regidos por esta Ley;
- c) Organizar y mantener actualizado el registro de entidades susceptibles de asesorarla;
- d) Organizar y mantener actualizado un banco de datos censales;
- e) Dictaminar sobre todo asunto puesto a su consideración;
- f) Sancionar toda infracción o violación a la presente norma legal;
- g) Las que determine la reglamentación de esta ley.

El trámite de habilitación deberá iniciarse ante el municipio de la jurisdicción que corresponda según al artículo 4 y una vez cumplimentada la requisitoria municipal, el mismo será remitido a la Autoridad de Aplicación Provincial, la que procederá con la tramitación de la factibilidad provincial pertinente.

ARTICULO 11.- Análisis de factibilidad. Otorgada la pre-habilitación comercial por la autoridad local, la Autoridad de Aplicación, antes de otorgar el Certificado de Factibilidad Provincial, obligará al peticionante a la realización de un estudio de impacto comercial, socioeconómico, ambiental y urbanístico, el cual deberá ser realizado por personas físicas o jurídicas inscriptas en el Registro de Consultores, Peritos y Expertos en materia ambiental previsto en la Ley Nº 11.717 de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable.

El estudio incluirá la evaluación de los impactos que provocará el nuevo emprendimiento y en concordancia con lo establecido en el artículo 24, en referencia a:

- a) La localización del nuevo equipamiento comercial;
- b) Los consumidores y usuarios;
- c) Inversiones y reinversiones;

- d) El empleo;
- e) La incidencia sobre el comercio existente;
- f) La cadena de agregación de valor regional;
- g) La trama urbana;
- h) Población, calidad de vida, estructura socioeconómica;
- i) Actividades, medio construido, uso del espacio, planificación urbanística, asentamientos humanos y valores culturales;
- j) La selección y descripción de los aspectos relevantes del proyecto para el análisis ambiental;
- k) La definición y caracterización del sistema ambiental afectado;
- l) La determinación de los impactos ambientales potenciales;
- m) El análisis de alternativas;
- n) La elaboración de una propuesta compensatoria de acción ambiental;
- ñ) La elaboración de un plan de monitoreo.

La reglamentación establecerá las consideraciones para la mayor y mejor eficacia de los estudios, atendiendo las características de cada proyecto.

La evaluación, estudio, declaración y dictamen de impacto ambiental, estará regido por lo dispuesto en la Ley Nº 11.717 y supletoriamente por las normas vigentes en el orden nacional e internacional.

En todos los casos, estos estudios deberán ser sometidos a la consideración de los Consejos Asesores Regionales correspondientes al área comercial involucrada, el que emitirá opinión fundada no vinculante dentro de los sesenta (60) días, en el marco de una audiencia pública y antes de la emisión del Certificado de Factibilidad Provincial.

En caso de disidencias, falta de constitución o resolución de los Consejos Asesores Regionales, podrán apelar por ante la Autoridad de Aplicación a los efectos de expedirse sobre la cuestión planteada.

El peticionario soportará todos los costos de los estudios que la Autoridad de Aplicación le solicite.

ARTICULO 12.- Compensación Ambiental. La reglamentación establecerá los alcances, mecanismos y planes de compensación ambiental para minimizar los efectos perjudiciales que cause el proyecto en origen y perspectiva.

ARTICULO 13.- Plazos. La Autoridad de Aplicación deberá expedirse en un plazo de sesenta (60) días desde que la solicitud reuniera todos los requisitos y la información documentada que debe acompañar la empresa solicitante y el Municipio o Comuna. Dicho plazo podrá ser prorrogado por la Autoridad de Aplicación por única vez mediante decisión fundada por un plazo no mayor a treinta (30) días corridos.

ARTICULO 14.- Asesoramiento. La Autoridad de Aplicación contará con el asesoramiento de las Cámaras Empresariales representativas del comercio en el territorio provincial, las Asociaciones de Representación y Defensa de los Consumidores y las Organizaciones Ambientalistas, y los Consejos Asesores Regionales, formados a tal efecto.

La Reglamentación dispondrá la nómina de las entidades susceptibles de ser convocadas para asesorar a la Autoridad de Aplicación.

CAPITULO III

DE LA HABILITACION MUNICIPAL

ARTICULO 15.- Habilitación. La habilitación municipal o comunal definitiva deberá ser expresa y procederá cuando el peticionante reúna la factibilidad provincial y cumpla con todos los requisitos que a ese efecto establezca el Municipio o Comuna que corresponda.

ARTICULO 16.- Plazos. El Municipio o Comuna deberá expedirse en un plazo máximo de sesenta (60) días a partir de la fecha que se hubieren reunido los requisitos a que se refiere el artículo precedente. Dicho plazo podrá ser prorrogado, por única vez, mediante decisión fundada, por un plazo no mayor de treinta (30) días corridos.

ARTICULO 17.- Tramitaciones. El inicio de las tramitaciones para la factibilidad provincial y la habilitación municipal o comunal no constituye derecho adquirido. Los establecimientos comprendidos en la presente Ley no podrán iniciar sus actividades sin la habilitación definitiva, quedando prohibido el otorgamiento de permisos y/o habilitaciones provisorias.

ARTICULO 18.- Vigencia - Caducidad. Si dentro de los trescientos sesenta (360) días a contar desde la notificación del otorgamiento de la habilitación definitiva, el establecimiento comercial no estuviera en funcionamiento, caduca la vigencia del certificado de factibilidad provincial.

Sin perjuicio de ello, el interesado podrá solicitar mediante escrito fundado y con antelación mínima de treinta (30) días al vencimiento del plazo, la concesión por una sola vez, de una prórroga de su vigencia por el período de ciento ochenta (180) días.

Para el caso de las solicitudes rechazadas, el peticionante podrá subsanar las observaciones en las que se fundara el rechazo, en un plazo máximo de sesenta (60) días a partir de la notificación de aquel. De producirse un nuevo rechazo se perderá automáticamente el derecho de plantear una nueva solicitud de iguales características.

CAPITULO IV

PAUTAS DE COMERCIALIZACIÓN

ARTICULO 19.- Normas de Comercialización. A partir de la entrada en vigencia de la presente ley, los establecimientos a los que se refiere el artículo 1, instalados o a instalarse en la Provincia, deberán ajustarse a las normas de comercialización previstas en los artículos subsiguientes, sin perjuicio de las que resultaren de la legislación nacional o provincial en materia de Lealtad Comercial, Defensa de la Competencia y de los Consumidores.

La Autoridad de Aplicación podrá exigir la implementación de un sistema de aseguramiento de calidad, con designación de un profesional responsable.

ARTICULO 20.- Productos Publicitados. Los establecimientos no podrán efectuar publicidad, por el medio que fuere, sin identificar claramente el producto y el precio final total de venta al público. Las características de identificación de los productos a publicitar serán establecidas por la reglamentación.

Toda vez que se oferte un producto, por cualquier medio que sea, deberá indicarse claramente las unidades que se ponen a la venta en tales condiciones.

ARTICULO 21.- Góndolas especiales. Los establecimientos a que refiere el artículo 2, incisos d) y e) de la presente, deberán contar con góndolas para la comercialización exclusiva de productos regionales y/o artesanales santafesinos. A tal fin la reglamentación establecerá las características, cantidad y ubicación que deberán tener las mismas.

CAPITULO V

REGIMEN TRIBUTARIO DIFERENCIAL

ARTICULO 22.- Alícuota Especial. Establécese una alícuota especial sobre el total de los ingresos brutos gravados atribuibles a la Provincia de Santa Fe de los establecimientos comprendidos en el Artículo 1 de la presente ley cuya venta anual en todo el país supere el valor establecido por la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa de la Nación como tope para que una empresa sea considerada PyME, equivalente a un incremento del quince por ciento (15%) aplicable sobre las respectivas alícuotas sobre la venta minorista que corresponda según la normativa vigente.

ARTICULO 23.- Exención Tributaria a las Redes de Compra. Agréguese como inciso g) del Artículo 160º del Código Fiscal (Ley 3456, t.o. Dec 2350/97), el siguiente:

"g) las ventas de las Redes de Compra, cuando éstas sean agrupaciones empresarias sin fines de lucro, constituidas con el objeto de adquirir bienes o servicios para sus miembros, a quienes se las transfieren al por mayor al mismo precio de adquisición para que éstos, a su vez, la comercialicen en forma minorista o las utilicen en sus actividades empresarias."

CAPITULO VI

ARTICULO 24.- Consejos Asesores Regionales. A los efectos de las representación frente al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio, las Municipalidades y Comunas podrán constituir Consejos Asesores por cada región, propendiendo a un acuerdo entre las que integran cada una de las regiones comerciales, indicadas en el artículo 25º, para la constitución de una sola organización que las agrupe, de modo de lograr unificar la representación en amplias regiones territoriales.

Estarán integrados por:

- a)- Un representante por cada Municipio o Comuna integrante de esa región;
- b)- Un representante por cada Concejo Municipal para Municipios de hasta 30.000 habitantes y dos representantes para los Municipios de más de 30.000 habitantes;
- c)- Un representante de las Cámaras Oficiales de Comercio;
- d)- Un representante de las Organizaciones Sindicales del sector;
- e)- Un representante de las Asociaciones de Consumidores;
- f)- Un representante de las ONGs relacionadas con el Medio Ambiente.

Serán sus funciones:

- a)- Participar en la elaboración de los criterios generales de equipamiento comercial de cada municipio, comuna o región acordada;
- b)- Informar sobre el grado de cumplimiento de los mismos, a cuyo efecto emitirá un informe anual que será puesto en conocimiento del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio, incluyendo propuestas de ratificación o revisión;
- c)- Participar en el seno de los organismos indicados en el punto anterior, cada vez que sea requerida por éstos su presencia, o por decisión propia, previa solicitud, cuando sea necesario resolver algún tema especial.

Será su objetivo:

Lograr un plan territorial de equipamientos comerciales, sujeto a revisión cada cuatro años, salvo se produjeran circunstancias que modifiquen sustancialmente la estructura de la oferta o la demanda comercial, por lo que puede realizarse una revisión anticipada, total o parcial. Para ello es preciso tener en cuenta especialmente:

- a)- La evolución de los hábitos de compra y consumo de la población;
- b)- La evolución, en la composición de la oferta comercial, de las distintas tipologías de establecimientos;
- c)- La evolución de la concentración empresarial del sector de la distribución comercial;
- d)- El impacto producido por la implantación de grandes superficies en el comercio intraurbano.

La elección de los representantes, organización interna, funciones especiales, ordenamiento, mecánica del trabajo y sistema administrativo para su funcionamiento, serán fijadas por la reglamentación que emitirá la Autoridad de Aplicación.

ARTICULO 25.- Regiones Comerciales. A los efectos de la presente ley, el territorio de la provincia de Santa Fe se dividirá en catorce (14) grandes áreas de comercio regional, las que estarán comprendidas de la siguiente forma:

- REGION COMERCIAL 1.- Rosario y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 2.- Santa Fe y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 3.- Venado Tuerto - Rufino y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 4.- Casilda - Firmat y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 5.- San Lorenzo y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 6.- Villa Constitución - Arroyo Seco y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 7.- Cañada de Gómez - Las Rosas y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 8.- Rafaela y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 9.- San Javier y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 10.- San Justo y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 11.- Tostado - Ceres y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 12.- Avellaneda - Reconquista- Villa Ocampo - Vera y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 13.- Sastre - El Trébol y área de influencia.
- REGION COMERCIAL 14.- Gálvez - Coronda y área de influencia.

CAPITULO VII

INFRACCIONES - SANCIONES

ARTICULO 26.- Competencia. La Autoridad de Aplicación será competente para intervenir y controlar el cumplimiento de lo previsto por la presente ley y para juzgar las infracciones y aplicación de las respectivas sanciones, conforme lo determine la reglamentación y siempre que esta competencia no se superponga a la de los municipios.

ARTICULO 27.- Inspecciones. La Autoridad de Aplicación y de contralor deberá efectuar inspecciones in situ y de oficio en los establecimientos tratados en la presente ley, en forma regular, a los fines de verificar el fiel cumplimiento de lo prescrito en la presente. Sin perjuicio de lo establecido también deberán actuar en iguales condiciones y formas, ante denuncias formalmente presentadas.

ARTICULO 28.- Sanciones - Reglamentación. El Poder Ejecutivo Provincial deberá prever en su reglamentación las multas y sanciones para aquellos establecimientos alcanzados por la presente ley que no cumplan con lo dispuesto en su normativa.

ARTICULO 29.- Invítese a los Municipios y Comunas de la provincia a adherir en lo pertinente a los términos de la presente ley.

CAPITULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTICULO 30.- Vigencia. El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley dentro de los sesenta (60) días.

ARTICULO 31.- Superficie Máxima cubierta. Hasta tanto los Consejos Asesores Regionales, indicadas en el artículo 24, construyan los planes territoriales de equipamientos, los Municipios y Comunas estarán facultados a permitir únicamente la instalación de tantos establecimientos considerados como Grandes Superficies Comerciales como permita el resultado de aplicar el veinticinco por ciento (25%) de la superficie de exposición y ventas sobre la totalidad del mercado relevante correspondiente a todos los establecimientos indicados en el artículo 2 inciso d) instalados, al que se sumará la correspondiente al propuesto instalar.

CAPITULO IX

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

ARTICULO 32.- El Poder Ejecutivo procederá a modificar el presupuesto incluyendo las partidas correspondientes para la atención de los gastos que la aplicación de la presente ley demanden.

ARTICULO 33.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DE LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE SANTA FE, A LOS CATORCE DÍAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DOS.

Alberto Nazareno Hammerly
Presidente Cámara de Diputados

Ing.Marcelo Muniagurria
Presidente Cámara de Senadores

Avelino Lago
Secretario Parlamentario Cámara de Diputados

Dr.Ricardo Paulichenco
Secretario Legislativo Cámara de Senadores

DECRETO N° 3325

SANTA FE, 05 de Diciembre 2002

VISTO:

El expediente N° 00201-0084583-1 del registro del Sistema de Información de Expedientes, donde obra la Ley sancionada por la H. Legislatura en fecha 14 de noviembre de 2002, recibida en el Poder Ejecutivo el 21 de noviembre del mismo año y registrada bajo el N° 12.069, y

CONSIDERANDO:

Que en el art. 22 se establece una alícuota diferencial que no aparece suficientemente fundada pudiendo ser cuestionable judicialmente, razón por la cual corresponde vetarlo en su totalidad. Similar criterio siguió el Poder Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires, al vetar mediante decreto 4280/00 el Artículo N° 21 de la Ley 12.573 que tenía similar contenido al

aquí observado.

Que por lo demás, la redacción del texto elegido también mereció observaciones de la API, las cuales constan en el informe respectivo;

Que el Artículo 28 por su parte, vulnera el principio de legalidad penal pues no establece los distintos tipos de sanciones que la autoridad de aplicación podrá aplicar, ni la magnitud de las mismas (topes económicos en el caso de las multas y cantidad de días en el caso de las clausuras, condiciones mas gravosas en caso de reincidencia), razón por la cual también corresponde vetar este Artículo, conforme lo sostuvo la Fiscalía de Estado en reiteradas ocasiones (últimamente dictamen N° 475/02), proponiéndose las enmiendas que solucionan el problema apuntado y en consecuencia se agregan los tipos sancionatorios correspondientes.

Por lo expuesto, en razón de los fundamentos expuestos en el dictámen N° 985/2002 de la Fiscalía de Estado, y en uso de las facultades conferidas al Poder Ejecutivo por el Artículo 59° de la Constitución Provincial;

POR ELLO:

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA

D E C R E T A :

ARTICULO 1º.-Vétase parcialmente la Ley sancionada por la H. Legislatura en fecha 14 de noviembre de 2002, recibida en el Poder Ejecutivo el día 21 de noviembre del mismo año y registrada bajo el N° 12.069, en sus Artículos 22º y 28.

ARTICULO 2º.-Propónese el siguiente texto sustitutivo para el artículo 28º de la Ley sancionada y registrada bajo el N° 12.069:

"Artículo 28.- Los establecimientos alcanzados por la presente Ley que no cumplan con lo dispuesto en su normativa serán pasibles de las siguientes sanciones:

a - Multa de pesos dos mil (\$2.000) hasta pesos treinta mil (\$30.000).

b - En caso de reincidencia se aplicará el doble de la multa y clausura del establecimiento por un plazo de hasta treinta (30) días.

El Poder Ejecutivo establecerá por vía de reglamentación lo necesario para el cumplimiento de lo previsto en este Capítulo."

ARTICULO 3.-Devuélvase a la H. Legislatura con mensaje de estilo.

ARTICULO 4.-Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.-

Reutemann
Ing. Mec. Ricardo E. Fragueyro

DECRETO N° 3778

SANTA FE, 30 de Diciembre 2002

V I S T O:

Que por Decreto N° 3325 del día 05 de diciembre de 2002 el Poder Ejecutivo devolvió vetada parcialmente a la H. Legislatura la Ley sancionada en fecha 14 de noviembre de 2002, recibida en el Poder Ejecutivo el día 21 de noviembre del mismo año y registrada bajo el N° 12.069 - Régimen Legal para Grandes Superficies Comerciales y;

CONSIDERANDO:

Que el Decreto N° 3325/02 vetó el Artículo 22 y propuso enmiendas al Artículo 28 de la Ley sancionada y registrada bajo el N° 12069;

Que la H. Legislatura comunicó, por Nota de la Cámara de Senadores N° 2152 fechada el 19 de diciembre de 2002, su decisión de aceptar el veto y las enmiendas propuestas;

Por ello,

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA

D E C R E T A:

ARTICULO 1.-Dispónese la promulgación de la Ley N° 12069 con las enmiendas propuestas por el Artículo 2 del Decreto N° 3325/02 para su Artículo 28, aprobadas por la Honorable Legislatura y que textualmente se transcriben:

"Artículo 28.- Los establecimientos alcanzados por la presente Ley que no cumplan con lo dispuesto en su normativa serán pasibles de las siguientes sanciones:

a - Multa de pesos dos mil (\$2.000) hasta pesos treinta mil (\$30.000).

b - En caso de reincidencia se aplicará el doble de la multa y clausura del establecimiento por un plazo de hasta treinta (30) días.

El Poder Ejecutivo establecerá por vía de reglamentación lo necesario para el cumplimiento de lo previsto en este Capítulo."

ARTICULO 2.- Regístrese, comuníquese, publíquese juntamente con la Ley N° 12069 y el Decreto 3325/02 y archívese.

Reutemann

Ing. Mec. Ricardo E. Fragueyro