

**LEY Nº 9393**

La Legislatura de la Provincia de Entre Ríos sanciona con fuerza de

LEY**CAPITULO I****DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 1º– Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la habilitación, ampliación o modificación, y funcionamiento de grandes superficies comerciales y de cadenas de distribución o venta, en el ámbito de la Provincia de Entre Ríos, en los rubros de comercialización, elaboración y venta de productos alimenticios, indumentaria, artefactos electrodomésticos, materiales para la construcción, artículos de limpieza, productos de ferretería y los que la Reglamentación considere.

Art. 2º – Superficies comerciales. Cadenas de distribución o venta. Clasificación:

a) A los efectos de la presente ley se consideran grandes superficies comerciales a todos los establecimientos de comercialización minorista o mayorista que realicen ventas minoristas, que ocupen una superficie de más de quinientos metros cuadrados (500 m2.) destinada a la exposición, venta, dependencias administrativas, depósito, exhibición, servicios anexos y espacios de estacionamiento, cocheras o tránsito, en municipios con una población de hasta cincuenta mil (50.000) habitantes; una superficie superior a los ochocientos metros cuadrados (800 m2.) en municipios de entre cincuenta mil (50,000) y ciento ochenta mil (180.000) habitantes; y una superficie de más de mil quinientos metros cuadrados (1.500 m2.) en municipios de más de ciento ochenta mil (180.000) habitantes.

b) Se consideran incluidas en el régimen de la presente ley las cadenas de distribución o venta, que son aquellos establecimientos de ventas minoristas o cadenas mayoristas que realicen ventas minoristas que constituyan o pertenezcan a un mismo grupo económico y que estén conformados por locales de venta en un número mayor a dos (2), no contiguos, situados o no en un mismo recinto comercial o en una o más localidades, que han sido proyectados conjuntamente o que estén relacionados por elementos comunes cuya utilización comparten y en las que se ejercen las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente y, aunque se dediquen a diversos renglones, tengan por lo menos uno que sea común a todos. La inclusión de un establecimiento que reúna las condiciones establecidas en el inciso a) del presente artículo en una cadena de distribución o venta, no evita su consideración individual bajo el concepto de grandes superficies comerciales. Las cadenas de distribución o venta deberán regirse de acuerdo a la siguiente relación entre número de locales y población total del municipio donde se instalen:

- Un (1) local en poblaciones de hasta 150.000 habitantes.
- Dos (2) locales en poblaciones de hasta 300.000 habitantes.
- Tres (3) locales en poblaciones de más de 300.000 habitantes.

Las cadenas de distribución o venta existentes a la sanción de la presente ley se considerarán incluidas en sus alcances.

c) La población a tener en cuenta para establecer el tipo de superficie comercial de los establecimientos alcanzados por la presente ley que se radiquen fuera de los ejidos municipales, será la de la municipalidad más cercana a su lugar de emplazamiento.

Quedan exceptuados los mercados concentradores de frutas y verduras, las estaciones de expendio de combustibles líquidos, Gas Natural Comprimido (G.N.C.) o mixtas, los establecimientos minoristas de venta de helados y postres helados, las cooperativas de compra minoristas y las redes de compras constituidas en la forma prevista en el artículo 9º.

Art. 3º – La radicación de grandes superficies comerciales y/o cadenas de distribución o venta, dentro o fuera de los ejidos municipales y/o Juntas de Gobierno y la habilitación de aquellos cuando excedan las escalas establecidas en el artículo anterior, deberán contar con una autorización especial de la autoridad de aplicación. Del mismo modo se procederá con las cadenas de distribución o venta de acuerdo a la relación establecida en el inciso b) del artículo anterior. Las modificaciones y/o ampliaciones de grandes superficies comerciales y/o cadenas de distribución o venta ya instaladas en el territorio provincial, requerirán sin excepción de la autorización especial establecida en este artículo.

El otorgamiento de la autorización especial se iniciará ante el órgano municipal competente si el emprendimiento se localiza dentro de un ejido municipal; en caso contrario, se sustanciará

directamente ante la autoridad de aplicación. En este último caso, la municipalidad más cercana deberá ser parte en el procedimiento establecido en el artículo 7°. La reglamentación establecerá el procedimiento a seguir para el caso de iniciarse las actuaciones ante la autoridad municipal.

La vigencia de la autorización especial otorgada caducará en el plazo de un (1) año a contar desde su notificación, cuando no se hubiesen iniciado las obras.

Art. 4° – Interpretación. Las disposiciones de la presente ley serán interpretadas en un todo de acuerdo con la libertad de comerciar, establecida por la Constitución Nacional.

CAPITULO II DE LAS GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES

Art. 5° – Grandes superficies comerciales. Cadenas de distribución o venta. Habilitación. Análisis Previo. El Poder Ejecutivo Provincial antes de habilitar una superficie comercial que exceda las escalas establecidas en el artículo 2° o una cadena de distribución o venta de las previstas en esa misma disposición, deberá contar con un análisis de impacto socioeconómico, laboral, urbanístico, ambiental y todo otro que la reglamentación estime pertinente, que se considerará necesariamente al efecto del otorgamiento de la habilitación pertinente y que realizará la autoridad de aplicación.

En el procedimiento intervendrá en forma consultiva el Consejo Provincial de Comercio Interior creado por el artículo 13°. En aquellas materias que sean propias de su competencia intervendrá obligatoriamente la Secretaría de Trabajo de Entre Ríos, a través de la Dirección Provincial de Trabajo.

Para el caso de intervención previa de la autoridad municipal competente, ésta podrá incorporar otros requisitos siempre que no sean incompatibles con el marco establecido por el presente capítulo.

Art. 6°– Contenido. El análisis a que se refiere el artículo anterior deberá tener en consideración:

- a) El área de influencia de la gran superficie comercial o cadena de distribución o venta a instalarse.
- b) El impacto que pudiera producirse en el nivel de empleos, estabilidad de los puestos de trabajo ofrecidos, nivel de remuneración y posibilidades de promoción laboral.
- c) Contribución a la mejora de la cualificación profesional y a la incentivación de la utilización de nuevas tecnologías.
- d) Los cambios urbanísticos que pudiera aparejar.
- e) El impacto sobre medio ambiente.
- f) El equilibrio funcional entre la periferia y los centros comerciales existentes.
- g) Los efectos sobre los hábitos de consumo y las necesidades de compra.
- h) La influencia sobre los niveles de precios y de prestación de servicios al consumidor de la zona.
- i) La incidencia sobre el comercio existente.

Art. 7° – Procedimiento. En la substanciación del análisis del impacto socioeconómico, urbanístico y ambiental, la autoridad de aplicación deberá convocar a las partes interesadas a una audiencia de consultas cuyo procedimiento será determinado por el respectivo decreto reglamentario.

Art. 8° – Nulidad. La falta de cumplimiento a lo dispuesto en los artículos precedentes, determinará la nulidad de pleno derecho de toda autorización otorgada.

CAPITULO III DE LAS REDES DE COMPRA

Art. 9°– Definición. Redes de Compras, son todas aquellas agrupaciones empresarias sin fines de lucro reunidas bajo la figura jurídica de colaboración empresaria, según el caso, que tengan por único objeto la adquisición de cosas muebles por cuenta y orden de sus miembros para su reventa en forma mayorista a los propios asociados, para su posterior comercialización minorista. Si la red de compra estuviese integrada por una o más asociaciones civiles representantes de comerciantes minoristas, con personería jurídica otorgada y vigente, no se les exigirá que se constituya bajo la figura de colaboración empresaria.

Art. 10°– Neutralidad Impositiva. Las redes de compras son declaradas de interés provincial, siendo consideradas como sujetos no alcanzados por el Impuesto a los Ingresos Brutos.



CAPITULO IV DE LOS REGISTROS

Art. 11° – Registros de redes de compras sin fines de lucro. Créase en el ámbito de la Dirección General de Comercio Interior y Defensa del Consumidor, el registro de redes de compras sin fines de lucro, el que emitirá el certificado correspondiente una vez que la agrupación se encuentre regularmente constituida y se cumplimenten demás requisitos que establezca la autoridad de aplicación, paso imprescindible para acceder al beneficio de la exención correspondiente.

CAPITULO V DEL FONDO DE RECONVERSION DEL COMERCIO MINORISTA

Art. 12° – Fondo de reconversión del comercio minorista. Créase el Fondo de Reconversión del Comercio Minorista el cual estará conformado por:

- a) Las percepciones establecidas en el artículo 14° de la presente ley.
- b) Las donaciones y legados.
- c) Partidas presupuestarias especialmente asignadas.
- d) El cincuenta por ciento (50%) de la recaudación del Impuesto a los Ingresos Brutos a las grandes superficies comerciales y cadenas de distribución o venta en la medida que supere la alícuota general. Este impuesto deberá ser abonado por los establecimientos comerciales comprendidos en el artículo 2° de acuerdo a las pautas de la Ley N° 23.548, de Coparticipación Federal, siempre que la superficie de aquellos, establecida según los parámetros del inciso a) de dicho artículo, supere los mil quinientos metros cuadrados (1.500 m²). En el caso de las cadenas de distribución o venta al efecto de considerar la superficie establecida en el párrafo anterior se sumarán la totalidad de los locales que las integran, tanto dentro de un ejido municipal como en el territorio provincial y el resto del país. El cincuenta por ciento (50%) restante del gravamen, se destinará al FINVER.

Art. 13° – Destino. El Fondo de Reconversión del Comercio Minorista estará destinado a financiar programas de asistencia técnica, capacitación, innovación tecnológica, transformación y modernización del comercio minorista y a la aplicación de la presente ley, estableciéndose al respecto una cuenta especial. Asimismo, el Poder Ejecutivo podrá disponer que se aplique una desgravación proporcional en el Impuesto a los Ingresos Brutos que tributa el comercio minorista afectado por los establecimientos comprendidos en la presente ley. Accederán a los beneficios de este fondo aquellos comerciantes no comprendidos en el artículo 2° de esta ley, las entidades gremiales empresarias del comercio local y/o provincial y las redes de compra definidas en el artículo 9°. El mismo será administrado por la autoridad de aplicación, en consulta con un Consejo Provincial de Comercio Interior cuya integración y funciones se fijarán por la reglamentación, debiendo asegurarse la participación, al menos de la representación provincial, de la Federación Económica de Entre Ríos, la Federación Entrerriana de Centro de Almaceneros Minoristas, el Sindicato de Empleados de Comercio que corresponda y la Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios.

CAPITULO VI DE LAS SANCIONES

Art. 14° – Sanciones. Las infracciones a la presente ley serán pasibles a las sanciones que establezca la autoridad de aplicación.

CAPITULO VII DE LA AUTORIDAD DE APLICACION

Art. 15° – Autoridad de aplicación. La autoridad de aplicación de las disposiciones de la presente ley es la Dirección General de Comercio Interior y Defensa del Consumidor. El Poder Ejecutivo, con intervención de la autoridad de aplicación, podrá establecer descuentos de hasta el diez por ciento (10%) a favor de los contribuyentes alcanzados por la alícuota fijada por el artículo 17°, de esta ley siempre que de la totalidad de las ventas que efectúen, al menos un veinticinco por ciento (25%) sea de productos fabricados y/o elaborados en la Provincia de Entre Ríos.

Art. 16° – Facúltase a la autoridad de aplicación a imponer a los establecimientos alcanzados por la presente ley, existentes y a instalarse, las siguientes restricciones, obligaciones y



acciones:

- a)** Prohibición de venta y despacho de combustibles líquidos y gaseosos.
- b)** Funcionamiento dentro de un máximo de setenta y dos (72) horas semanales, comprendido de lunes a sábado y con un horario tope de cierre a la hora veintiuna (21) de cada día.
- c)** Autorización para funcionar hasta un máximo de un (1) día feriado, nacional o provincial, o un domingo cada dos (2) meses. En las localidades turísticas se podrá excepcionar durante la temporada alta la restricción de horario de cierre, extendiéndose no más allá de las veintidós (22) horas y la apertura los días domingo o feriados no pudiendo autorizarse más de seis (6) en total. La autoridad de aplicación establecerá el plazo que considere temporada turística alta en cada localidad.
- d)** Promover la provisión de un espacio dentro del recinto de ventas para que los proveedores locales, exhiban y vendan sus productos.
- e)** Hacer cumplir las Leyes de Lealtad Comercial, Defensa de la Competencia y de Defensa del Consumidor.

Art. 17° – Modificase el artículo 9° de la Ley N° 9214, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“Artículo 9°: Por las actividades que a continuación se enumeran el impuesto se pagará con la alícuota del 5,5%:

- Grandes superficies comerciales y cadenas de distribución o venta minorista que establece el artículo 2° de la Ley de Grandes Superficies Comerciales, con la limitación determinada en el artículo 12°- inciso d) de dicha ley.
- Comercialización de bienes usados, cuando deba tributarse sobre base imponible diferenciada.
- Martilleros públicos y productores asesores de seguro.
- Intermediación en la compraventa de inmuebles.
- Agencias de publicidad.
- Entidades financieras no regidas por la Ley N° 21.526”

Art. 18°– Municipios. Invítase a las municipalidades a adherir a los enunciados que correspondan de la presente ley.

Art. 19°– La presente ley será reglamentada por el Poder Ejecutivo en el término de treinta (30) días desde su publicación.

Art. 20°– Derógase la Ley N° 9206.

Art. 21°– Comuníquese, etc.

Sala de Sesiones, Paraná, 31 de Octubre de 2001.