

El mercado minorista, en la mira

Cuáles son los principales desafíos legales del retail en la Argentina, con cara de consumidor.

Las normas que regulan la defensa del consumidor imponen a las empresas la adopción de medidas rigurosas para prevenir sanciones y evitar costos innecesarios. Es clave el diseño de contratos respetuosos de esas reglas, la capacitación del personal, la información que se brinda al consumidor y la atención adecuada de los reclamos".

La introducción, contexto de los principales desafíos legales que tiene el sector retail en la Argentina, corre por cuenta de Francisco Cárrega, ex juez, actual socio de Bruchou, Fernández Madero & Lombardi.

Las infracciones a las normas aplicables en materia de consumo están multiplicando -en muchos casos- las denuncias administrativas y, progresivamente, las acciones judiciales, dice. Y tales denuncias y acciones, más allá de su resultado, configuran una "contingencia relevante para las empresas e importan un incremento sensible en sus costos, que en definitiva son trasladados a los precios de sus productos y servicios", afirma.

Se impone, por otro lado, un "esfuerzo del Estado en la implementación de regulaciones precisas que impidan (o cuanto menos filtren) las denuncias y acciones infundadas, evitando a la vez su dispersión geográfica en perjuicio del sistema en su conjunto", redondea Cárrega.

Luis Barry, socio a cargo del departamento de Defensa de la Competencia y Defensa del Consumidor de Pérez Alati, Grondona, Benites, Arntsen & Martínez de Hoz (h) apunta que el desafío que encuentran los retails es "poder desembarcar fuertemente en el comercio online, pese a los desincentivos que la normativa de defensa del consumidor impone".

En efecto, y contrariamente a lo que los tiempos actuales exigen, hace pocos meses se modificó el artículo 4 de la Ley de Defensa del Consumidor imponiendo como regla general que la información al consumidor debe ser proporcionada en soporte físico, ejemplifica.

"A ello se suma el llamado derecho al arrepentimiento del consumidor, quien cuenta con 10 días para dejar sin efecto una operación realizada a través de internet. Imaginemos por un segundo el enorme espacio para abusos y confusión que brinda una norma de ese tenor",

Por otra parte, "el concepto de consumidor resulta tan amplio que una enorme empresa que puede contar con el asesoramiento legal que considere necesario, puede considerarse consumidor", remarca.

Para Demetrio Alejandro Chamatropulos, profesor de la Universidad Austral y titular de la firma Chamatropulos Abogados & Consultores, "la industria del retail tiene grandes desafíos legales para 2017".

En términos concretos, tendrá que "lograr una plena armonización de sus conductas con las normas antitrust" (esto tendrá que ser tenido en cuenta de manera más intensa si el Congreso de la Nación termina sancionando el nuevo marco normativo sobre defensa de la competencia); "cumplir de manera precisa con el deber de información a los consumidores, cuyo régimen legal es cada vez más exigente, y optimizar el funcionamiento de sus distintos canales de atención al cliente con efectos preventivos, evitando que los reclamos de los consumidores se judicialicen".

Compartir

Compartir

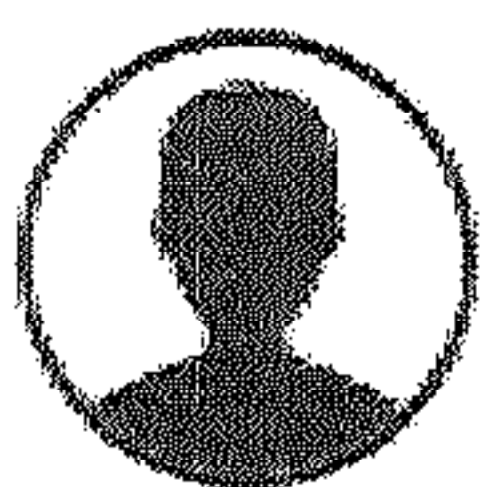
Compartir

Email

NOTAS RELACIONADAS

- El dólar mostró leve recuperación y avanzó a \$ 15,32
- La deuda pública aumentó un 7,6% desde diciembre de 2015
- Wall Street acentúa su caída pasada la media rueda
- El petróleo opera mixto con los inversores atentos a novedades de la OPEP

Comentarios 0



No hay comentarios. Se el primero en comentar

