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

REGULACIÓN DE LA EXHIBICIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRECIOS EN LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS

NORMAS GENERALES

Artículo 1º.- La presente Ley tiene por objeto regular la exhibición y publicidad voluntaria de precios en la Provincia de Entre Ríos. Quienes ofrezcan a consumidores finales bienes muebles o servicios en el ámbito de la Provincia de Entre Ríos deben exhibir precios de acuerdo a lo establecido por la presente y normas complementarias.

Quienes voluntariamente publiciten precios de bienes muebles o servicios deben hacerlo conforme a lo aquí establecido y normas complementarias.

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Art. 2.- La Dirección General de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia de Entre Ríos, será la autoridad de aplicación de la presente Ley.

EXHIBICION DE PRECIOS

Art. 3º.- El precio deberá expresarse en moneda de curso legal pesos-, de contado y corresponderá al importe total y final que deba abonar el consumidor final.

En los casos en que se acepten además otros medios o monedas de pago, tal circunstancia deberá indicarse claramente en los lugares de acceso al establecimiento juntamente con el valor en Pesos al que será considerado el medio de pago de que se trate, salvo en el caso de que el medio de pago considerado sea una tarjeta de crédito, débito o compra, conforme lo previsto en el Artículo 37, inciso c) de la Ley 25.065.

En los casos que se acepte como medio de pago tarjetas de crédito se deberá exhibir en lugares visibles y de acceso al público lo dispuesto en el Artículo 37, inciso c) de la Ley 25.065: “El proveedor está obligado a no efectuar diferencias de precios entre operaciones al contado y con tarjetas”.

En caso de optarse por exhibir o publicitar precios en otra moneda, se podrá exhibir, en caracteres menos relevantes que los correspondientes a la respectiva indicación en Pesos. Cuando se ofrezcan al público servicios que sean prestados desde, hacia y en el exterior, se podrá dar cumplimiento a lo establecido en la presente ley exhibiendo y publicitando los precios en dólares estadounidenses.

Si se ofrecen bienes o servicios con reducción de precio, se deberá consignar en forma clara el precio anterior junto con el precio rebajado. Si fuere una reducción porcentual del precio de un conjunto de bienes muebles o servicios, bastará con su exhibición genérica respecto al porcentual, pero indicando de manera clara los bienes o servicios comprendidos en el conjunto.

Art. 4°.- Cuando las mercaderías exhibidas no se comercialicen directamente al público, tal circunstancia deberá ser informada clara e inequívocamente mediante carteles indicadores.

Art. 5°.- La exhibición de los precios deberá efectuarse por unidad, en forma clara, visible, horizontal y legible. Cuando se realice mediante listas, éstas deberán exponerse en los lugares de acceso a la vista del público, y en los lugares de venta o atención a disposición del mismo.

Art. 6°.- En el caso de bienes muebles, la exhibición se hará sobre cada objeto, artículo, producto o grupo o conjunto de una misma mercadería que se encuentre expuesto a la vista del público. Cuando por la naturaleza o ubicación de los bienes no sea posible, deberá utilizarse lista de precios.

Art. 7°.- En el caso de los servicios, los precios deberán exhibirse mediante listas colocadas en lugares que permitan una clara visualización por parte de los consumidores, con anterioridad a la compra o contratación de los mismos.

Art. 8°.- Cuando los precios se exhiban financiados deberá indicarse el precio de contado en dinero efectivo, el precio total financiado, el anticipo si lo hubiere, la cantidad y monto de las cuotas, y la tasa de interés efectiva anual aplicada, calculada sobre el precio de contado en dinero efectivo. Si la financiación ofrecida no es otorgada por el oferente del bien o servicio, se deberá informar claramente, tanto en la exhibición como en la publicidad, el nombre de la entidad responsable de la misma.

EXHIBICION DE PRECIOS EN SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS

Art. 9º.- Los Supermercados, Supermercados Totales o Hipermercados, y Autoservicios de bienes consumibles y no consumibles, conforme los define la Ley N° 18.425 ubicados en la Provincia de Entre Ríos y las formas o variantes que pudieran adquirir dichos establecimientos, deben: a) Exhibir precios de manera clara, visible y legible sobre cada artículo, producto o grupo de una misma mercadería que se encuentre expuesto a la vista del público. El precio exhibido deberá corresponder al importe total que deba abonar el consumidor final. Cuando por la naturaleza o ubicación de los bienes no fuera posible, deberán utilizarse listas de precios. En los casos en que la exhibición deba realizarse mediante listas, la existencia de las mismas deberá informarse en el lugar donde los productos se encuentren exhibidos, mediante un cartel que consigne: “lista de precios a disposición del público ubicada en...”

b) Indicar en los rótulos de los productos de venta al peso envasados, además del precio de la fracción ofrecida, su cantidad neta, marca y el precio por unidad de medida correspondiente. Se entenderá por “precio de venta por unidad de medida“ al precio final que efectivamente debiera pagar el consumidor por un Kilogramo, un Litro, un Metro, un Metro Cúbico del producto o una sola unidad de la magnitud que se utilice en forma generalizada y habitual en la comercialización de productos específicos. En el caso de presentaciones cuyo contenido no supere los 250 gramos, mililitros, la referencia al precio por unidad de medida deberá hacerse a los 100 gramos o mililitros.

c) Exhibir carteles indicadores al ingreso de los establecimientos, en los que constará la nomina de asociaciones de consumidores inscriptas en el Registro de la Dirección General de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia de Entre Ríos, con sus teléfonos y domicilios; el domicilio y teléfono de la autoridad de aplicación; los responsables de la empresa frente a quienes pueden formularse denuncias, reclamos o sugerencias atinentes a los productos comercializados y de la atención al cliente. El cartel deberá confeccionarse en base a la forma y condiciones que disponga la Dirección General de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia de Entre Ríos. La nómina de las asociaciones de consumidores, corresponderá a la que disponga y notifique la citada Entidad, la misma será actualizada por ese Organismo, cada año y los Supermercados, Supermercados totales o hipermercados y autoservicio deberán exhibir la nómina actualizada.

d) Abstenerse de realizar cualquier conducta que impida o menoscabe la libertad de los consumidores a tomar nota de los precios exhibidos.

e) Actualizar permanentemente la publicidad gráfica, en Internet u otro medio de difusión, relativa a los precios a fin de que éstos coincidan con los exhibidos en las góndolas.

f) En los casos en que se haya agotado el stock de los productos ofertados, informar en la góndola de exhibición del mismo y al ingreso del establecimiento. Las publicaciones que oferten bienes o servicios deberán informar el tiempo de validez de la misma y el stock disponible. Si la oferta se realiza en varias sucursales deberá indicarse el stock disponible para cada una de ellas. Si estando vigente la oferta el stock se agotase, deberá informarse tal situación en el ingreso al establecimiento y en la góndola en donde el producto o servicio originariamente fuera exhibido. Asimismo deberá cesar todo tipo de publicidad.

g) Exhibir al ingreso de los establecimientos, el listado de precios, sobre cada artículo, producto o grupo de una misma mercadería, sin considerar los productos en oferta, que conforma la canasta básica alimentaria publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC). Este listado debe ser exhibido de manera clara, visible y legible y actualizado permanentemente a fin que los precios coincidan con los exhibidos en las góndolas.

h) Exhibir la variación porcentual de los precios de cada artículo, producto o grupo de una misma mercadería que se encuentre expuesto a la vista del público, respecto del comienzo del año y del mes en curso. Junto al precio vigente al que se refiere el inciso

a) del presente artículo, se consignará el precio correspondiente al día primero (1°) de enero del año en curso y del mes en curso, y la variación porcentual existente entre ambos precios (primero del año, primero del mes actual y vigente).

Cláusula Transitoria: mientras estén vigentes los acuerdos de precios celebrados por el Gobierno Nacional, se deberá indicar esta situación en los productos incluidos en dichos convenios con el fin de verificar el cumplimiento de los mismos.

i) Abstenerse de realizar cualquier diferenciación de precios entre productos que estén ubicados dentro o fuera de heladeras exhibidoras que se encuentren en los establecimientos y al alcance de los consumidores

Art. 10°.- Las carnicerías, pescaderías, verdulerías, panaderías y casas de comidas para llevar que funcionan en los establecimientos comerciales aludidos en el artículo 10° deberán exhibir mediante carteleras de forma destacada y legible, por unidad de venta y de peso, de

los cortes y tipos de carne, especies de pescado y mariscos, variedades de panes y productos de confiterías, variedades de comidas preparadas y productos de fiambrerías.

Art. 11°.- La autoridad de aplicación determinará qué establecimientos deberán instalar lectoras de código de barras y balanzas a fin de informar a los consumidores acerca del precio, marca, cantidad y peso de los productos. La existencia de aquéllas, será puesta en conocimiento de los consumidores mediante adecuada información y señalización gráfica.

En las ferias, mercados y establecimientos comerciales minoristas en los que se expendan productos al peso será obligatorio el uso de balanzas electrónicas que emitan tickets de papel o adhesivos, conteniendo el nombre del producto, precio por unidad de medida, peso y precio final a pagar por el consumidor, fecha y horario de emisión.

Art. 12°.- Los supermercados totales y supermercados, según Ley N° 18.425, quedan obligados a contar dentro del salón de ventas con algún mecanismo que facilite el inmediato acceso de los consumidores a la información sobre el precio, marca y cantidad del producto consultado. Dichos mecanismos deberán estar dispuestos de modo tal que ningún consumidor deba desplazarse, desde cualquier punto del salón, más de veinte metros para acceder a los mismos. La existencia de dichos mecanismos no exime a dichos establecimientos de dar cumplimiento a los artículos anteriores. Se entenderá como forma accesoria o complementaria y nunca supletoria.

EXHIBICION DE PRECIOS EN CARNICERIAS, VERDULERIAS PESCADERIAS, PANADERIAS Y CASAS DE COMIDA PARA LLEVAR

Art. 13°.- En las carnicerías, verdulerías, pescaderías, panaderías y casas de comida para llevar, se deberá efectuar la exhibición de precios mediante carteleras ubicadas en el interior de los locales, en forma destacada y visible, en las que se harán constar los precios por unidad de venta de los cortes y clases de carnes y sus derivados, clases de verduras, especies y cortes de pescados y mariscos, tipos de panes y facturas y las distintas variedades de comidas preparadas, respectivamente. En el caso de la carne bovina, se entenderá por clases de carne a las siguientes: ternera, novillito, novillo, vaquillona y vaca, según corresponda. En los demás productos que allí se comercialicen deberá estarse a lo establecido en las disposiciones generales de la presente Ley.

EXHIBICION DE PRECIOS EN FARMACIAS

Art. 14°.- Los responsables de farmacias y farmacias mutuales deberán tener a disposición del público la lista de precios actualizados de todas las especialidades medicinales de uso y aplicación en medicina humana que comercialicen. Asimismo estos establecimientos deberán tener a disposición del público un listado de los descuentos y beneficios establecidos en favor de sus afiliados por las Obras Sociales, Sistemas de medicina Prepaga, Sanatorios, Hospitales Privados, Clínicas y similares. En todos los casos deberán exhibir en lugar destacado y con caracteres visibles un cartel con la leyenda “LISTA DE PRECIOS Y DESCUENTOS A DISPOSICION DEL PUBLICO“.

Todo establecimiento dedicado al rubro farmacia debe exhibir en su vidriera y/o en el mostrador de atención al público un cartel visible que indique si allí se controla o no la presión arterial en forma manual.

En caso afirmativo deben precisarse los días, horarios y costo del citado servicio.

EXHIBICION DE PRECIOS EN VENTAS BAJO LA MODALIDAD DE PLANES DE AHORRO:

Art. 15°.- Los comercios que ofrezcan sus productos mediante la modalidad de “PLANES DE AHORRO PARA LA ADQUISICIÓN DE BIENES, deberán exhibir en lugares visibles y de acceso al público la autorización correspondiente emitida por la Inspección General de Justicia de la Nación, comprendiendo la inscripción de la Empresa Administradora del Plan en dicho Ente y su aprobación de los planes ofrecidos.

Art. 16°.- Las publicaciones de planes de ahorro, además de cumplir con las prescripciones del artículo 8°, deberán contener mención expresa:

- a) Que se trata de un plan de ahorro.
- b) Mes y año de publicación.
- c) El precio total de contado, el financiado y la tasa de interés aplicada en la operación financiera cuando así correspondiere;
- d) Los precios financiados a anunciarse o exhibir corresponderán a los que deba abonar el suscriptor, debiendo informar además sobre todo otro adicional inherente al sistema tales como gastos administrativos, sellados, impuestos, seguros, fletes y similares.

e) Que la alícuota se determina en razón del Valor Móvil del bien a la fecha de emisión de las obligaciones –cuotas mensuales a abonar-, cuando así correspondiere.

f) Cuando se ofrezcan bonificaciones sujetas a condiciones contractuales las mismas deberán expresarse en todos sus términos.

g) Cuando se trate de planes de ahorro conexos con financiación bancaria, deberá indicarse las entidades financieras comprendidas y los intereses financieros aplicables por cada una de ella.

Art. 17°.- Deberán exhibir en lugares visibles y de acceso al público la puesta a disposición de eventuales adquirentes de los formularios tipos de los contratos de adhesión mediante los que se perfecciona el negocio, a efectos de ser retirados por estos, previa a la firma de solicitud de inscripción.

Los contratos de adhesión contendrán un índice comprensivo de títulos y páginas.

Cuando se establezcan derechos sujetos a condiciones, dichas condiciones deberán integrar la redacción de la cláusula que exprese el derecho, quedando prohibido el reenvío a otras cláusulas integrativas del contrato principal o anexos.

En aquellos casos en que la operación conlleve a la firma de contratos accesorios, los formularios tipos correspondientes serán ofrecidos junto al establecido en el primer párrafo de este artículo.

Art 18°.- En caso de concretarse la venta del plan, al momento de la firma de la solicitud de inscripción se otorgará una copia de la misma, y de todos los contratos anexos que formen parte del mismo, aunque estos tiendan a ser operativos en el transcurso de la operación.

En ningún caso se procederá a la firma de la solicitud de adhesión dejando espacios en blanco. Todos los conceptos que se apliquen al pago del acuerdo deberán ser expresados en detalle, a saber: a) alícuota, b) derecho de admisión, c) cargos por administración, d) otros -haciendo mención expresa a que concepto corresponden-, e) total. El incumplimiento se considerara infracción grave por parte de la empresa.

En el caso que se hubieren ofrecido bonificaciones, las mismas serán contempladas en la solicitud de adhesión, considerándose nula toda cláusula que pretenda eximir de cumplimiento y/o responsabilidad a la Sociedad Administradora y/o Fabricante.

Art. 19°.- En aquellos casos que corresponda contratar seguros sobre el bien, el suscriptor/adjudicatario tendrá libertad para escoger el tipo de cobertura que considere conveniente a sus intereses. El premio del seguro deberá ser el mismo que la compañía elegida perciba en plaza por operaciones concertadas en el lugar de entrega del bien tipo con similares condiciones de cobertura.

Art. 20°.- Cuando las operaciones previstas en el artículo 15, se realicen con la intervención de entidades financieras, les serán aplicables las disposiciones precedentes en lo que correspondiere.

EXHIBICION DE PRECIOS EN GARAJES Y PLAYAS DE ESTACIONAMIENTO

Art. 21°.- En los garajes o playas de estacionamiento se debe efectuar la exhibición de precios mediante listas ubicadas en las entradas o lugares de acceso, en forma destacada y claramente visible desde el interior de los vehículos que se encuentren en la calzada, donde se harán constar las características y modalidades del servicio que se presta, especificando: el precio por día, hora o fracción.

En los establecimientos que presten servicio de estacionamiento, ya sea por hora o por la modalidad de estadía, por períodos no mayores de 24 horas, será obligatorio fijar una tarifa que corresponda al tiempo horario en que el usuario utiliza el servicio prestado y de acuerdo con las pautas que establece el presente artículo.

Para la fijación de la tarifa se tomará en consideración el tamaño del vehículo.

a) Se fijará la tarifa por estadía diaria completa de acuerdo con el horario de atención al público. Sobre el monto de la tarifa, razonablemente, se fijará un precio para períodos menores u ocupación que se computa por el tiempo horario y/o sus fracciones.

b) Cuando el tiempo de ocupación fuere inferior a la primera media hora, se cobrará la mitad de la tarifa establecida para una hora de estacionamiento. Superada dicha fracción de tiempo y hasta la primera hora de ocupación, se cobrará la tarifa equivalente a una hora de estacionamiento. Pasada la primera hora, se computarán las fracciones en lapsos no superiores a 10 minutos, cuya tarifa en ningún caso podrá superar la sexta parte del precio por hora de estacionamiento.

c) El período de tiempo a cobrar por el responsable del estacionamiento resultará de las impresiones efectuadas mediante el uso de computadoras y/u otros sistemas similares, o

anotaciones manuales, insertadas en las correspondientes tarjetas de estacionamiento, constando el horario de ingreso y egreso del vehículo. Si el usuario así lo requiriese, se hará constar en el comprobante respectivo el número de dominio del vehículo.

d) En caso de pérdida del ticket o talón de estacionamiento por parte del usuario, el responsable del estacionamiento está obligado a consultar sus registros para determinar de manera fehaciente el tiempo transcurrido desde el comienzo del uso del servicio a los efectos de hacer efectivo el cobro por tal concepto, no pudiendo obligar al usuario a abonar una suma mayor. Ante el extravío del ticket, el responsable del establecimiento constatará la identidad del usuario y el dominio del vehículo.

e) El usuario podrá pagar la tarifa conforme a lo establecido por la estadía completa, o al cómputo horario, no pudiendo en ningún caso exigírsele el pago por adelantado.

f) En todos los locales dedicados al estacionamiento a que se refiere ese artículo, deberá exhibirse en un lugar visible por el conductor antes de su ingreso:

1.- Días y horarios de atención y la tarifa que se percibe, debidamente discriminada por el tiempo, estadía diaria completa y tamaño de vehículo.

2.- El teléfono de denuncia gratuito que dispone la autoridad de aplicación de la presente Ley.

3.- Si cuenta con espacio asignado para el estacionamiento de ciclomotores, motocicletas y motonetas deberá colocarse la leyenda “se permite el ingreso de motocicletas y bicicletas”,

4.- El texto íntegro del presente artículo, precedido por la siguiente frase: “Sr. Cliente conozca sus derechos sobre Tarifas de Estacionamiento”.

EXHIBICION DE PRECIOS EN AUTOPISTAS Y RUTAS.

Art. 22°.- En todas aquellas autopistas u otras vías de comunicación terrestres locales, sometidas al régimen de peaje, se deberá exhibir el precio correspondiente a la utilización del tramo inmediato de acuerdo a la categoría de vehículo de que se trate, en las respectivas cabinas de cobro de peaje.

La misma indicación deberá efectuarse, además, en el punto del tramo en cuestión en que el conductor se halle en condiciones de ejercer su opción de circular por un camino alternativo, de manera que resulte claramente visible desde el vehículo.

EXHIBICION DE PRECIOS EN COMBUSTIBLES

Art. 23°.- Quienes comercialicen directamente a consumidores finales combustibles para vehículos autopropulsados, deberán exhibir sus precios en moneda de curso legal-pesos- por litro o metro cúbico, según se trate de líquidos o gases. La información mencionada deberá ser exhibida durante la totalidad del horario de atención en forma tal que desde las calzadas de cada uno de sus accesos resulte claramente visible, de modo que permita al consumidor ejercer la opción de ingreso al lugar de expendio.

Art. 24°.- Quienes comercialicen directamente al público gas licuado de petróleo en envases de cualquier capacidad deberán exhibir, mediante carteles ubicados en el interior de los comercios, en forma destacada y visible, los precios del mismo según las capacidades de los envases que comercializan.

Art. 25°.- Los surtidores de naftas de todas las bocas de expendio que operan en el territorio de la Provincia de Entre Ríos, deberán tener en forma bien visible una leyenda con la indicación de número de octanos del combustible que se expendia, debiendo incluir la leyenda: "Producto con plomo" o "Producto sin plomo", según corresponda, de acuerdo con la Resolución Nacional N° 54/96 de la ex-SECRETARIA DE OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS DE LA NACION. La presentación de dichas leyendas no deberá inducir a error, engaño o confusión al consumidor respecto de la naturaleza, propiedades, características y precio del combustible ofertado.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS DE SERVICIOS DE TELEFONÍA, CABLE VISIÓN E INTERNET

Art. 26°.- Cuando se ofrezcan promociones de este tipo de servicios, deberá indicarse:

- a) el precio final, comprendiendo impuestos, costo de conexión, costo de abonos fijos complementarios al servicio ofrecido, de manera que dicho monto se corresponda con lo que efectivamente se deba abonar al contratar el servicio.
- b) Deberá indicarse el período que dura la promoción, y el valor del costo del servicio ofrecido al término de la misma en los mismos términos del inciso anterior.
- c) Si la solicitud de baja del servicio ofrecido estuviera sujeta a reintegros por parte del consumidor, deberá expresarse el valor de los mismos en pesos.

Art. 27°.- Las empresas prestadoras de servicios de telefonía, cable visión e internet, con periodicidad mensual y dentro de los primeros CINCO (5) días hábiles de cada mes, deberán ingresar la información vinculada con los planes, precios, condiciones comerciales

y promociones de los servicios que prestan, a través de la Plataforma de Servicios WEB, de acuerdo a los parámetros y contenidos fijados en esta ley.

EXHIBICION DE PRECIOS EN HOTELES Y HOSPEDAJES

Art. 28°.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán exhibir en forma destacada a la vista del público el o los importes de la tarifa diaria conjuntamente con la descripción de los servicios que esta incluye. Asimismo, aquellos que ofrezcan servicios no incluidos en la mencionada tarifa diaria, deberán exhibir en forma destacada o poner a disposición de los pasajeros en el lugar que corresponda, una lista con el detalle de todos los servicios opcionales, incluyendo el importe de estos de acuerdo a la modalidad de su uso. Las comunicaciones telefónicas estarán comprendidas dentro de los servicios opcionales y, al respecto, los pasajeros deberán ser informados con precisión en lugar visible y destacado acerca del porcentaje de recargo que efectúe el establecimiento sobre el importe total de las tarifas que facturan las compañías prestadoras del servicio.

En los casos que ofrezcan sus servicios por Internet, sus ofertas deberán contemplar lo dispuesto en este artículo.

EXHIBICION DE PRECIOS EN ESTABLECIMIENTOS DEL RAMO GASTRONOMICO

Art. 29.- En los establecimientos del ramo gastronómico, en todas sus especialidades, incluidos bares y confiterías, se deberá efectuar la exhibición de precios en moneda de curso legal pesos- mediante listas ubicadas en los lugares de acceso y en el interior del local, pudiendo efectuarse en este último caso por medio de listas individuales que se entregarán a cada cliente.

Las variaciones de precios, cualquiera sea el motivo que las origine (por ejemplo: lugar, horario, espectáculo), deberán hacerse conocer en forma destacada en todos los listados.

Los restaurantes, casas de lunch, cafés, bares, confiterías y rotiserías, informaran sobre la existencia o no de Servicio de Mesa, Cubierto o similar. Dicha información deberá realizarse, mediante la colocación de un cartel visible en la entrada del establecimiento y en la carta del menú. En caso de la existencia del mismo, deberá constar su costo.

PUBLICIDAD VOLUNTARIA DE PRECIOS

Art. 30°.- Cuando se publiciten voluntariamente precios de bienes, muebles o servicios, deberá hacerse de acuerdo con lo establecido en los Artículos 5º y concordantes de la presente ley, especificando además junto al bien publicitado el país de origen del bien, debiendo precisar, en cada pieza publicitaria, la ubicación y el alcance de los servicios cuando corresponda, como así también la razón social del oferente y su domicilio en el país, o la indicación expresa de tal circunstancia cuando no la hubiere.

En todos los casos, la información deberá exhibirse en caracteres tipográficos legibles, de buen realce, destaque y visibilidad.

Quienes publiciten bienes muebles o servicios con reducción de precio deberán consignar en forma clara el precio anterior del producto o servicio junto con el precio rebajado.

Cuando se trate de una reducción porcentual del precio de un conjunto de bienes muebles o servicios, bastará con su indicación genérica del porcentaje reducido, pero indicando de manera clara los bienes o servicios comprendidos en el conjunto.

Quienes publiciten bienes y/o servicios deberán hacer constar la información exigida por las normas legales vigentes respetando las condiciones y modalidades establecidas por la presente Ley.

TIPOGRAFIA EN PUBLICIDADES VOLUNTARIAS DE PRECIOS

Art. 31°.- En todo anuncio publicitario de precios de bienes y/o servicios, que se desarrolle y se perciba en el espacio público cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje y las condiciones de colocación, conservación y retiro de instalaciones y/o elementos publicitarios mediante los cuales se desarrolla y materializa la actividad objeto de la presente Ley, deberá constar la información exigida por las normas legales vigentes, tanto locales como federales, respetando las condiciones y modalidades. Estos requisitos deberán hacerse extensivos a toda información de cuya omisión resulte que el mensaje publicitario de que se trate, pueda inducir a error, engaño o confusión acerca de sus destinatarios, de las características, precio o condiciones de comercialización de los bienes o servicios ofrecidos.

Art. 32°.- En toda publicidad voluntaria de precios de bienes y/o servicios exhibida en la vía pública, la tipografía de las leyendas determinadas en el artículo anterior deberá ocupar, como mínimo, el 2% de la altura de la pieza publicitaria. Las leyendas aludidas deberán

tener un sentido de escritura idéntico y contraste de colores equivalente al de la mención del bien o servicio ofrecido y tipo de letra fácilmente legible.

PUBLICIDAD VOLUNTARIA DE PRECIOS SUGERIDOS

Art. 33°.- En toda publicidad voluntaria de precios de bienes dirigidas a consumidores finales que se difundan en la vía pública en el territorio de la Provincia de Entre Ríos, en donde se indique la expresión "precio sugerido" o frase de similar significado, se deberá indicar al pie de la pieza publicitaria:

- a. La vigencia territorial y temporal del precio anunciado.
- b. La identificación de los lugares específicos, dónde se pueden adquirir los bienes a ese precio.
- c. Una línea telefónica gratuita y/o página web donde obtener información específica sobre la ubicación de los mismos.

PUBLICIDAD VOLUNTARIA DE PRECIOS DE SERVICIO TURISTICO

Art. 34°.- Las precisiones formuladas en las publicidades voluntarias de precios de turismo se tienen por incluidas en el contrato específico con el usuario. Siempre que se publiciten ofertas deberá informarse fecha de vigencia temporal y territorial de las mismas.

En caso de existir limitaciones cuantitativas deberá informarse fehacientemente el cupo o stock. Si se utilizan imágenes que exhiban atractivos turísticos, deberá figurar la denominación del atractivo y de la localidad reproducida, seguida de la provincia a la que pertenece, conforme lo normado por la Ley Nacional N° 26.104.

En todo anuncio publicitario, independientemente de lo exigido por normativa del sector de turismo, se deberá informar en forma clara la razón social del Proveedor, su número de CUIT y su domicilio en el país, siendo opcional la mención de su nombre de fantasía.

PUBLICIDAD VOLUNTARIA DE PRECIOS DE PROMOCIONES DIRIGIDAS A NIÑAS, NIÑOS O ADOLESCENTES

Art. 35°.- Queda prohibido en toda la vía pública de la Provincia de Entre Ríos efectuar publicidades voluntarias de precios, de promociones, descuentos, entrega de regalos o sorteos, atados a la compra de alimentos procesados de elevado contenido en sodio, azúcar

o grasas saturadas, cuando dichos mensajes publicitarios estén dirigidos a niñas, niños y adolescentes. Se considera que una publicidad está dirigida a niños, niñas y adolescentes, cuando el mensaje publicitario resulta objetiva y mayoritariamente apto para captar la atención o interés de esa franja etaria.

A los efectos de esta Ley, se consideran alimentos procesados, aquellos frutos o productos de origen vegetal y/o animal que no se comercialicen en su estado natural y cuya naturaleza intrínseca haya sido modificada total o parcialmente por algún proceso de elaboración o procedimiento industrial.

Se considera que un alimento procesado es de "alto contenido en sodio, azúcar o grasas saturadas", cuando el mismo sea superior al que determina la Organización Mundial de la Salud para la franja etaria aludida precedentemente.

PUBLICIDAD VOLUNTARIA DE PRECIOS DE RECITALES O SHOWS MUSICALES

Art. 36°.- En todo anuncio publicitario de venta de localidades para recitales o shows musicales, difundido en medios gráficos que circulen por el ámbito de la Provincia de Entre Ríos y en toda publicidad de venta de localidades para recitales o shows musicales, que sea difundida en la vía pública del territorio provincial, es obligatoria la mención de la razón social y domicilio legal del proveedor o responsable del servicio de venta de localidades y del organizador del evento musical, así como también un número de teléfono.

La leyenda aludida deberá ocupar como mínimo el dos (2) por ciento de la altura de la pieza publicitaria y deberá tener un sentido de escritura horizontal, contraste de colores equivalente al de la mención del bien ofrecido y tipo de letra fácilmente legible. En todas las boleterías o centros de venta de las localidades citadas, ubicados en la Provincia de Entre Ríos, se deberá colocar en forma destacada y visible un cartel que indique lo determinado precedentemente.

Art. 37°.- El cumplimiento de los requisitos establecidos por la presente ley no eximirá a sus responsables de las exigencias establecidas por otras normas legales sobre la materia.

EXCEPCIONES

Art. 38°.- Quedan exceptuadas del cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 30° de la presente ley las publicidades que particulares realicen mediante avisos clasificados por línea.

Art. 39°.- Quedan exceptuados del cumplimiento de la presente Ley el comercio de alhajas, antigüedades, obras de arte y pieles naturales.

Art. 40°.- Verificada la infracción a la presente ley, quienes la hayan cometido se hacen pasibles de las sanciones previstas en la Ley Nacional de Lealtad Comercial N° 22.802, sus modificatorias y demás disposiciones vigentes, conforme el procedimiento establecido por la Ley 8973/95 Defensa de los derechos del consumidor.

EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE:

Art. 41°.- Esta Ley y las normas concordantes, provinciales y nacionales, que tiendan a garantizar la defensa de los derechos de consumidores y usuarios de bienes y servicios públicos y privados, serán incorporadas a las curriculas de las escuelas de Nivel Secundario de la Provincia.

Art. 42°.- CLAUSULA TRANSITORIA

El procedimiento sancionatorio previsto en el artículo 40° se aplica a las infracciones cometidas a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley. Los procedimientos sancionatorios iniciados con anterioridad se rigen, hasta su finalización, por el régimen previsto en la ley respectiva.

Art. 43.- Comuníquese, etc.

FUNDAMENTOS:

Honorable Cámara:

No desconocemos que el derecho del consumidor a nivel nacional está consolidado en un sistema de normas, principios, instituciones e instrumentos de implementación, consagrados por el ordenamiento jurídico en favor del consumidor, para garantizarle en el mercado una posición de equilibrio en sus relaciones con los empresarios.

En nuestro ordenamiento jurídico nacional hubo un orden de evolución que permite describir eslabones suficientemente nítidos:

una primera etapa, durante la cual las relaciones de consumo comienzan a revelar al consumidor como la parte débil (masificaciones, desigualdades reales, desinformación, etc), menesterosa de tutela jurídica, pero aún sin respuesta alguna del derecho positivo. Es el tiempo anterior a la reforma del Código Civil (1968) y a la sanción de las leyes de abastecimiento, lealtad comercial y defensa de la competencia.

Un segundo período, a partir de la vigencia de las citadas normas, que permite diseñar un sistema de protección del consumidor a través de soluciones que, aunque genéricas y no específicamente dirigidas a aquel fin, importan de todos modos un avance notorio en orden a la equidad en las relaciones de consumo: 1) reglas de justicia contractual, esencialmente de la buena fe y el abuso del derecho; 2) el régimen de la responsabilidad objetiva por daños derivados de productos elaborados; 3) prohibición de engaño a través de la identificación de mercaderías y publicidad comercial, el control de las ofertas con premios y el régimen de garantías; 4) el régimen de control de precios de la ley de abastecimiento, y la represión de conductas anticompetitivas de la ley de defensa de la competencia.

La tercera etapa en la evolución del derecho del consumidor se inicia en nuestro país con la vigencia de la ley 24.240, que desenvuelve notas que deben necesariamente caracterizar el derecho del consumidor como sistema, esto es, incorporar normas

portadoras de soluciones: 1) de protección; 2) específicas; 3) Preventivas 4) colectivas, y 5) efectivas.

En nuestra provincia en el año 1995 mediante la ley N° 8.973, mediante una veintena de artículos se adhiere a la Ley nacional 24.240; y al reformarse la constitución provincial en el 2008, se garantiza la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios de bienes y servicios públicos y privados, disponiendo que las autoridades provinciales y municipales proveerán a la educación para el consumo responsable, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales y al de la calidad, regularidad y continuidad de los servicios. Estos derechos serán protegidos, controlados y su prestación regulada por un ente provincial o municipal. La norma establecerá los procedimientos para la prevención y solución de los conflictos y los marcos regulatorios, previendo la participación de asociaciones de consumidores y usuarios.

La adquisición de cosas, bienes o servicios para uso personal o familiar, cuenta en el código civil con el conjunto de derechos y obligaciones emergentes de los contratos de compraventa, que establece reglas consabidas y quedan establecidas en la estructura general de las normas sustanciales.

Así mismo distintas leyes nacionales– 22.802 Lealtad Comercial, 24.240 Derechos del Consumidor, 25.156 de Defensa de la Competencia, 25.065 de Tarjetas de Crédito- han buscado garantizar la debida equidad en las relaciones de consumo.

Cual sería el objeto de esta norma entonces? o...que nos motiva a plantear una normativa para regular la exhibición y publicidad de los precios en la provincia de Entre Ríos?

El problema se encuentra en el arraigo que lamentablemente se observa aún en nuestra sociedad de aquella filosofía individualista del S XVIII, que no proyectó la contratación mas allá de la relación privada entre personas físicas y/o jurídicas. El contrato es la ley

para las partes, se afirma, y desde ese paradigma, la igualdad y la buena fe constituyen los baluartes de la teoría.

Pero estas reglas que privilegiaron la autonomía de la voluntad, en los hechos no fueron bastantes para lograr el equilibrio en las prestaciones. Los contratos con cláusulas predispuestas, las ofertas aparentes, la violación de los fines previstos en el negocio jurídico, entre otras disfunciones, hacen necesario abordar una normativa provincial clara y detallista, que proteja al ciudadano común de no llegar a la instancia de encontrarse entrampado en una adquisición a ciegas, o absolutamente condicionada por las circunstancias. Cuando uno tiene el poder de la negociación y el otro se adhiere a esa oferta quedando sometido a sus reglas (muchas veces poco transparentes) ¿donde está el equilibrio? Cual es la autonomía de la voluntad?. Estas situaciones, trascienden a una mera categoría singular, se convierte en un fenómeno social: las relaciones de consumo por las que pasa el diario vivir de toda una población.

La masificación del consumo no tiene límites ni fronteras, las ofertas de bienes y servicios llegan hasta la intimidad de los hogares de mil formas y maneras.

La realidad es que la relación de fuerzas y conocimientos de los ciudadanos al tiempo de contratar es diferente del concepto acuñado en aquella filosofía individualista a la que hacíamos referencia, que creía que los sujetos eran económicamente iguales y en paridad de condiciones a la hora de negociar. En los hechos no existe esa presunta igualdad, todo lo contrario, hay un marcado desnivel, que con esta norma se pretende igualar protegiendo a la parte mas débil del acuerdo.

De alguna manera, se deduce que la inferioridad emergente requiere de acciones proteccionistas que persigan compensar la diferencia entre las fuerzas. Esta protección fomenta cubrir las desventajas de quien no está suficientemente informado sobre lo que adquiere; o huelga en él una experiencia aquilatada en el tema de la comercialización del bien o del servicio. O le falta profesionalidad, y en definitiva está de “este lado” del mostrador, ajeno al proceso de producción y distribución, sin conocimiento ciertos sobre costos, forzado a “creer”, a confiar, a aceptar los precios y las calidades que se les ofrecen...Y es por ello, que para protegerle, para brindarle seguridad, como programa de

acción política debemos fijar reglas claras...que indiquen deberes y fomenten obligaciones concretas en favor del consumidor entrerriano.

En virtud de lo expresado, solicito a esta Honorable Cámara me acompañe con su voto positivo para aprobar el presente proyecto de Ley.