

# LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS SANCIONA CON FUERZA DE

## L E Y :

### EXHIBICION Y PUBLICIDAD DE PRECIOS EN LA PROVINCIA DE ENTRE RIOS

**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 los consumidores finales bienes muebles o servicios en el ámbito de la Provincia de Entre Ríos deberán exhibir precios de acuerdo a lo establecido en la presente y normas complementarias. En igual sentido, quienes voluntariamente publiciten precios de bienes muebles o servicios deben hacerlo conforme a lo aquí establecido y normas complementarias.

#### EXHIBICION DE PRECIOS

**Artículo 2º.-** El precio deberá expresarse en moneda de curso legal, 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 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 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 la moneda de curso legal. 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.

**Artículo 3°.** Cuando las mercaderías exhibidas no se comercialicen directamente al público, tal circunstancia deberá ser informada clara e inequívocamente mediante carteles indicadores.

**Artículo 4°.** 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. En ningún caso se impedirá el acceso de los consumidores a los precios exhibidos, previo a la decisión de compra de los bienes comercializados.

**Artículo 5°.** 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.

**Artículo 6°.** 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.

**Artículo 7°.** 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.

**Artículo 8°.** Cuando la financiación ofrecida corresponda a un sistema de ahorro previo, además de cumplir con las prescripciones del artículo 7°, deberá anunciarse o exhibirse de tal manera que se identifique dicha circunstancia inequívocamente.

Asimismo los precios financiados a anunciarse o exhibirse 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.-

## EXHIBICION DE PRECIOS EN SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS

**Artículo 9°.** Los Supermercado, Supermercados Totales o Hipermercados, y Autoservicios de bienes consumibles y no consumibles, conforme lo define la Ley Nacional N° 18.425 y conforme lo establecido en la Ley Provincial N° 9393 ubicados en el ámbito de 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 Provincia o en cada uno de los Municipios, en su caso, 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 y Protección del Consumidor. La nómina de las asociaciones de consumidores, corresponderá a la que disponga y notifique la Dirección de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia de Entre Ríos, 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 de 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). En los casos en que existan acuerdos de precios celebrados por el Gobierno Nacional o Provincial, 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.

**Artículo 10.-** Las carnicerías, pescaderías, verdulerías, panaderías y casas de comidas para llevar que funcionan en los establecimientos comerciales aludidos en el artículo 9ª 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.

**Artículo 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.

**Artículo 12.-**Los supermercados totales y supermercados, según Ley Nacional N° 18.425 y Ley Provincial N° 9393, 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 accesorio o complementaria y nunca supletoria.

## **EXHIBICION DE PRECIOS EN FARMACIAS**

**Artículo 13.-**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.

## **PUBLICIDAD VOLUNTARIA DE PRECIOS**

**Artículo 14.-** Cuando se publiciten voluntariamente precios de bienes, muebles o servicios, deberá hacerse de acuerdo con lo establecido en los Artículos 4º 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 sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo o servicio rebajado.

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**

**Artículo 15.-** 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.

**Artículo 16.**-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**

**Artículo 17.**-En toda publicidad voluntaria de precios de bienes dirigidas a consumidores finales que se difundan en la vía pública 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**

**Artículo 18.**-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 y sus modificaciones.

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**

**Artículo 19.**-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 el Ministerio de Salud de la Provincia de Entre Ríos, de conformidad con los parámetros establecidos por la Organización Mundial de la Salud para la franja etaria aludida precedentemente.

## **PUBLICIDAD CON FIGURAS HUMANAS MODIFICADAS DIGITALMENTE**

**Artículo 20.**-Toda publicidad estática difundida en vía pública, en la cual intervenga una figura humana utilizada como soporte o formando parte del contexto o paisaje que haya sido retocada y/o modificada digitalmente mediante programas informáticos, debe exhibir con tipografía y en lugar suficientemente destacado la siguiente leyenda: ***"La imagen de la figura humana ha sido retocada y/o modificada digitalmente"***.

**Artículo 21.**-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**

**Artículo 22.**-Quedan exceptuadas del cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 14° de la presente ley las publicidades que particulares realicen mediante avisos clasificados por línea así como el comercio de alhajas, antigüedades, obras de arte y pieles naturales.

## **SANCIONES**

**Artículo 23.**-Verificada la existencia de 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 al procedimiento establecido en la Ley Provincial N° 8973.-

## **AUTORIDAD DE APLICACIÓN**

**Artículo 24.**-La aplicación de la presente Ley será la Dirección de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia de Entre Ríos o el organismo que la reemplazare en el futuro.

**Artículo 25.**-De forma.-

**Lic. Miriam S. Lambert**  
**Diputada Provincial**

## FUNDAMENTOS

El acceso a la información por parte del consumidor es un problema central en nuestra sociedad actual. Si bien se ha progresado en el reconocimiento del derecho de los consumidores, lo cierto es que en lo que a la información se refiere, la misma suele ser escasa y defectuosa, lo cual deriva en un claro perjuicio del usuario. De allí que sea necesaria la intervención estatal y regulatoria: *"La información es un bien que tiene un valor jurídico y, consecuentemente, protección jurídica"* (MOSSET ITURRASPE, Jorge, "Defensa del Consumidor. Ley 24240", Editorial Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 1998).

A partir de la reforma de la Constitución Nacional de 1994, el derecho del consumidor tuvo su reconocimiento consagradorio, donde se estableció respecto de la información, que *"Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a ..... una información adecuada y veraz."* (Artículo 42 CN).

Siguiendo el precepto constitucional, la Ley de Defensa del Consumidor (L. 24.240) en su Art. 4°, dispuso que "El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con claridad necesaria que permita su comprensión". Ello, recientemente se ha plasmado en la reforma del Cod. Civil y del Cod. Comercial, plasmándose en los artículos 1092 y sgtes. CCyC, que establecen un tratamiento específico adecuado en el marco contractual general, por las especiales características que revisten los contratos de consumo. Así, en el Art. 1100° del Cod Civil y Comercial se dispone que *"El proveedor está obligado a suministrar información al consumidor en forma cierta y detallada, respecto de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, las condiciones de su comercialización y toda otra circunstancia relevante para el contrato. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con la claridad necesaria que permita su comprensión."*

Sin embargo, estos avances han dejado cuestiones con regulación deficitaria, como lo referente a la "Publicidad". Al respecto, resulta sumamente importante destacar que la publicidad no es necesariamente información o al menos no cumple acabadamente por sí misma con el objetivo de la norma.

Aún más, según algunos destacados autores, se ha comprobado, que la eficacia persuasiva de la publicidad, es como regla, directamente proporcional a la escasez de información; el consumidor se encuentra en una situación de incerteza que le impide

seleccionar racionalmente el producto o servicio, restringe la espontaneidad de su elección, relativiza su poder de decisión y disminuye su libertad de contratar (Aida Kemelmajer de Carlucci, Publicidad y Consumidores, en Revista de Derecho Privado y Comunitario, Consumidores, Rubinzal Culzoni Ed., año 1994, pág. 67, en citas a Ghidini Gustavo, La réclame menzognera come atto de concorrenza sleale, en Rivista de Diritto Civile, anno XIII, Cedam, Padova, 1967-I-406 y MORELLO; STIGLITZ R. S.ySTIGLITZ G. A., Información al consumidor y contenido del contrato, en Información al consumidor y contenido del contrato, en Revista Derecho del Consumidor, Juris, Rosario, 1991, N° 1, pa 34.).

Ahora bien, al respecto, en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se ha legislado en éste sentido mediante la sanción de la Ley N° 4827 (modif. por la Ley Nro. 5297, la que ha replicada en el presente proyecto, adaptada a las necesidades de nuestra provincia. La mencionada norma, al igual que el presente proyecto regula la exhibición y publicidad voluntaria de precios, en consonancia con la Resolución Nacional 7-SCDyDC-02, complementaria de la Ley de Lealtad Comercial N°22.802.

Como corolario, considero que debido a la importancia de la información y, entre sus requisitos mínimos, el precio, resulta necesaria la intervención estatal y regulatoria, para que en el marco de nuestra competencia, se legislen las pautas en que deben enmarcarse fijando las pautas para la exhibición y publicidad voluntaria de precios en la Provincia de Entre Ríos.

Es por todo ello, que invito a los legisladores a acompañar la iniciativa.-

**Lic. Miriam S. Lambert**  
**Diputada Provincial**