

Novedades Legales

Febrero 2017

Dr. Ezequiel Alejandro Vázquez – Abogado

DERECHO A LA INFORMACION DE USUARIOS Y CONSUMIDORES

| | Contenido de la obligación | Fuente Normativa |
|----------------------------|--|--|
| PRINCIPIO GENERAL | <p>Debe proporcionarse 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.</p> <p>La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición.</p> | Art. 4 LEY 24.240 Defensa del Consumidor y Art. 1100 Código Civil y Comercial de la Nación. |
| PUBLICIDAD | Debe indicarse junto al bien publicitado, la ubicación y el alcance de los servicios, como así también la razón social del oferente y su domicilio en el país. | Art. 8 Res. 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor |
| PUBLICIDAD. Efectos | Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor y obligan al oferente. | Artículo 8 de la LEY 24.240 Defensa del Consumidor y Art. 1.103 Código Civil y Comercial de la Nación. |

| | | |
|---|--|--|
| | En los casos en que las ofertas de bienes y servicios se realicen mediante el sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, deberá figurar el nombre, domicilio y número de CUIT del oferente. | Nación. |
| PUBLICIDAD CON FINES TURISTICOS. Gráfica y vía pública | Si se incluyen imágenes de Atractivos Turísticos (naturales o culturales) deberán hacer constar la denominación del atractivo y de la localidad donde se encuentra, y la provincia a la que pertenece. | Artículos 1 y 3 de la Ley 26.104 de Publicidad con Fines Turísticos. |
| | Toda publicidad contenida en medios gráficos, cuyas imágenes exhiban atractivos turísticos, deberá indicar la información relativa a la denominación del atractivo y de la localidad reproducida, seguida de la provincia a la que pertenece con caracteres tipográficos no inferiores a DOS MILIMETROS (2 mm) de altura o, si ésta estuviera destinada a ser exhibida en la vía pública, el DOS POR CIENTO (2%) de la altura de la pieza publicitaria. La misma deberá tener un sentido de escritura idéntico y contraste de colores equivalente al de la imagen reproducida, debiendo ser fácilmente legible. | |
| PUBLICIDAD CON FINES TURISTICOS. Medios Televisivos | Toda publicidad, cuyas imágenes exhiban atractivos turísticos a través de medios televisivos o cinematográficos, deberá indicar la información relativa a la denominación del atractivo y de la localidad reproducida, seguida de la provincia a la que pertenece , con caracteres tipográficos de altura igual o mayor al DOS POR CIENTO (2%) de la pantalla utilizada en el respectivo mensaje publicitario. Los caracteres serán exhibidos con un tipo de letra fácilmente legible, un contraste de colores equivalente al de la imagen reproducida y tendrán una permanencia continuada en pantalla no inferior a TRES SEGUNDOS (3s) | Art. 4 de la LEY 26.104 de Publicidad con Fines Turísticos. |

| | | |
|--|---|---|
| <p>PUBLICIDAD ENGAÑOSA</p> | <p>Queda prohibida la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios.</p> | <p>Art. 9 Ley 22.802 – Ley de Lealtad Comercial</p> |
| <p>PUBLICIDAD COMPARATIV A y/o que lleve RIESGO</p> | <p>Está prohibida aquella que:</p> <p>b) efectúe comparaciones de bienes o servicios cuando sean de naturaleza tal que conduzcan a error al consumidor;</p> <p>c) sea abusiva, discriminatoria o induzca al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.</p> | <p>Artículo 1101 Código Civil y Comercial de la Nación</p> |
| <p>PRECIO.</p> | <p>Quienes ofrezcan bienes muebles o servicios a consumidores finales deberán indicar su precio expresado en moneda de curso legal y forzoso (pesos argentinos). El mismo deberá ser el de contado en dinero efectivo y corresponderá al importe total que deba abonar el consumidor final.</p> | <p>Artículo 2 de la Resolución 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor.</p> |
| <p>PRECIO. Medios de Pago</p> | <p>Debe indicarse si se ofrecen otros medios de pago, en el acceso al establecimiento</p> | <p>Art. 2 Res. 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor</p> |

| | | |
|--|---|---|
| <p>PRECIO. Financiación</p> | <p>Si se ofrecen precios financiados, debe indicarse el precio de contado, el precio total financiado, el anticipo si lo hubiera, la cantidad y monto de cada una de las cuotas, la tasa de interés efectiva anual aplicada y el costo financiero total (esto último ubicado contiguo al resto de las variables, en tipografía en color destacado y tamaño 5 veces mayor la que se utilice para informar lo anterior). Se prohíbe usar la frase “sin interés”, u otra similar, cuando el costo de financiación sea trasladado al precio de venta. O cuando la tarjeta de crédito incluye un costo de financiación para el comercio.</p> | <p>Art. 4 Res. 7/2002 (Conf. Res 51 E/2017) Sec. de Comercio.</p> |
| <p>PRECIO. Programa “Ahora 12”</p> | <p>Quienes ofrezcan servicios en 12 ó 18 cuotas, adhiriendo al programa “ahora 12”, deberán cumplir con lo indicado en el apartado anterior (e.d., lo dispuesto en el Art. 4 Res. 7/2002 (texto modificado por la Res 51 E/2017) de la Sec. de Comercio.</p> | <p>Punto 4.5 del Anexo I de la Res. Nº 82/14 de la Sec. de Política Econ. Y Planificación del Desarrollo del ex Mrio. De Economía (Conf. Dis. 5 E/2007 de la Subsecretaría de Comercio Interior</p> |
| <p>PRECIO. Extranjeros</p> | <p>No podrán publicarse respecto a los consumidores extranjeros precios diferenciados</p> | <p>Art. 8 de la Ley 24240</p> |
| <p>PRECIO. Reducción</p> | <p>En caso de ofrecer bienes o servicios con reducción de precio deberán consignar en forma clara el precio anterior del producto o servicio junto con el precio rebajado. El precio anterior deberá exhibirse utilizando caracteres relevantes, de buen contraste y visibilidad. En caso de ser una reducción porcentual del precio de un conjunto de bienes muebles o servicios, bastará con su exhibición genérica sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo o servicio rebajado.</p> | <p>Artículo 2 de la Resolución 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor. LEY 26.991, LEY Nº 22.802 de Lealtad Comercial</p> |
| <p>PRECIO. Forma de la exhibición en productos.</p> | <p>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</p> | <p>Arts. 5 y 6 de la Res. 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>del mismo.</p> <p>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.</p> | Consumidor. |
| PRECIO. Forma de exhibición respecto a servicios | Deberán exhibirse mediante listas colocadas en lugares que permitan una clara visualización por parte de los consumidores, con anterioridad a la utilización o contratación de los mismos. | Art. 7 de la Res. 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor. |
| PRECIO. Pauta específica para HOTELES. Tarifa y servicios incluidos | Los establecimientos denominados hospedajes, albergues, hosterías y hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y campings, 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. | Art. 21 de la Res. 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor. |
| PRECIO. Pauta específica para Hoteles. Servicios no incluidos en la tarifa. | 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. | Art. 21 de la Resolución 7/2002 Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor. |
| | 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. | Artículo 10 de la Ley 24,240 de defensa del consumidor. |

| | | |
|---|--|--|
| <p>DOCUMENTO DE VENTA. Requisitos</p> <p>Puede ser reemplazado por un documento en soporte electrónico (Art. 1106 Código Civil y Comercial)</p> | <p>Redacción en idioma castellano, en forma completa, clara y fácilmente legible, sin reenvíos a textos o documentos que no se entreguen previa o simultáneamente. Cuando se incluyan cláusulas adicionales, deberán ser escritas en letra destacada y suscritas por ambas partes.</p> <p>Deben redactarse tantos ejemplares como partes integren la relación contractual y suscribirse a un solo efecto. (Puede reemplazarse el contrato de papel por un contrato digital, Conf. Art.</p> <p>Un ejemplar original debe ser entregado al consumidor.</p> <p>Además:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La descripción y especificación del bien. b) Nombre y domicilio del vendedor. c) Nombre y domicilio del fabricante, distribuidor o importador cuando correspondiere. d) La mención de las características de la garantía conforme a lo establecido en esta ley. e) Plazos y condiciones de entrega. f) El precio y condiciones de pago. g) Los costos adicionales, especificando precio final a pagar por el adquirente. | <p>Artículo 10 de la Ley 24,240 de defensa del consumidor.</p> |
| <p>SITIOS WEB. Información del establecimiento (“proveedor”)</p> | <p>Detallar en forma clara, precisa, y de fácil acceso, al menos, la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Denominación completa del proveedor ; b) domicilio y dirección electrónica del proveedor; c) número telefónico de servicio de atención al cliente y, en su caso, número de fax y/o correo electrónico; d) identificación del proveedor en los registros fiscales y/o comerciales que correspondan (CUIT); | <p>Artículo 3 de la Res. 104/2005</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>SITIOS WEB. Información sobre el contrato y sobre el manejo de datos personales</p> | <p>Copia electrónica del contrato; Idiomas ofrecidos para la celebración del contrato.</p> <p>El nivel de seguridad utilizado para la protección permanente de los datos personales;</p> <p>La política de privacidad aplicable a los datos personales;</p> | <p>Art. 3 de la Res. 104/2005</p> |
| <p>SITIOS WEB. Características del Servicio. Resolución de Conflictos</p> | <p>Características del servicio Disponibilidad y condiciones de contratación Procedimientos para cancelación Precio, moneda, modalidades de pago, valor final y cualquier otro costo relacionado. Advertencias sobre riesgos</p> <p>Métodos aplicables para resolver controversias, si los hay</p> | |
| <p>SITIOS WEB. EMAILS. Información sobre medios electrónicos</p> | <p>Si las partes se valen de técnicas de comunicación electrónica o similares para la celebración de un contrato de consumo a distancia, el proveedor debe informar al consumidor, además del contenido mínimo del contrato y la facultad de revocar, todos los datos necesarios para utilizar correctamente el medio elegido, para comprender los riesgos derivados de su empleo, y para tener absolutamente claro quién asume esos riesgos.</p> | <p>Artículo 1107 Código Civil y Comercial de la Nación</p> |
| <p>OFERTAS POR MEDIOS ELECTRÓNICO S. Vigencia</p> | <p>Las ofertas de contratación por medios electrónicos o similares deben tener vigencia durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles al destinatario. El oferente debe confirmar por vía electrónica y sin demora la llegada de la aceptación.</p> | <p>Artículo 1108 Código Civil y Comercial de la Nación.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>REVOCAION de los contratos celebrados a distancia.</p> | <p>En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y a distancia, el consumidor tiene el derecho irrenunciable de revocar la aceptación dentro de los diez días computados a partir de la celebración del contrato.</p> <p>Si el plazo vence en día inhábil, se prorroga hasta el primer día hábil siguiente.</p> <p>Las cláusulas, pactos o cualquier modalidad aceptada por el consumidor durante este período que tengan por resultado la imposibilidad de ejercer el derecho de revocación se tienen por no escritos.</p> | <p>Art. 1110 Código Civil y Comercial de la Nación</p> |
| <p>REVOCACIÓN. Deber de informar el derecho a revocar</p> | <p>El proveedor debe informar al consumidor sobre la facultad de revocación mediante su inclusión en caracteres destacados en todo documento que presenta al consumidor en la etapa de negociaciones o en el documento que instrumenta el contrato concluido, ubicada como disposición inmediatamente anterior a la firma del consumidor o usuario. El derecho de revocación no se extingue si el consumidor no ha sido informado debidamente sobre su derecho.</p> | <p>Art. 1111 Código Civil y Comercial de la Nación</p> |
| <p>REVOCACIÓN. Gastos</p> | <p>El ejercicio del derecho de revocación no debe implicar gasto alguno para el consumidor.</p> | <p>Art. 1115 Código Civil y Comercial de la Nación</p> |
| <p>DIFERENCIA DE CAMBIO</p> | <p>En todos aquellos casos en los que surgieran del monto total a pagar diferencias menores a CINCO (5) centavos y fuera imposible la devolución del vuelto correspondiente, la diferencia será siempre a favor del consumidor.</p> <p>En todo establecimiento en donde se efectúen cobros por bienes o servicios será obligatoria la exhibición de lo dispuesto en el párrafo precedente, a través de carteles o publicaciones permanentes, cuyas medidas no serán inferiores a 15 cm por 21 cm.</p> | |